31

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

EL IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO

29511

TESIS
Que para obtener el título de:
LICENCIADO EN ECONOMÍA

PRESENTA:
José Fernando Díaz Molina

México, D.F. **2001.**

Universidad Nacional Autónoma de México
UNAM
Biblioteca Central
Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

EL IMPACTO DEL TURISMO EN MÉXICO

INDICE **PÁG.**

AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I
1 - PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA FORMA DE TURISMO 2

1.1 Antecedentes 2
1 2 Determinantes del Turismo 18
1.3 Que es el Turismo 22
1.4 Conformación de los Mercados Turísticos 38
1.5 El mercado Turístico Receptivo 55

CAPITULO II
2 - IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMIA NACIONAL 109

2.1 El Turismo como Actividad Promotora del Desarrollo. 109
2.1.1. El Turismo como Hecho Económico. 115
2.1.2 La Empresa Turística. 126
2.1.3 Productividad y Competitividad. 128

2.2 Efectos Económicos del Turismo. 142
2.3 Capacitación y Empleo Turístico en México y su Participación en el Producto Interno Bruto. 147
2.4 Efectos del Turismo en la Balanza de Pagos. 157

CAPÍTULO III
3 - INSTRUMENTOS DE FOMENTO A LA EXPORTACIÓN TURÍSTICA 198

3.1 Determinantes de la Política Turística 198
3.2 Instrumentos de fomento Turístico. 204
3.3 Promoción Turística 207

A MIS PADRES:
+ VÍCTOR DÍAZ PINTO Y
+ MARIA ANTONIETA MOLINA DE DÍAZ
COMO MUESTRA DE PROFUNDO
CARIÑO Y AGRADECIMIENTO POR
HABER GUIADO MI CAMINO CON
SU EJEMPLO Y DEDICACIÓN

A MIS HERMANOS:
VÍCTOR MANUEL
MARÍA NOHEMÍ
BLANCA ESTHELA
MARCO ANTONIO Y
NORMA DEL CARMEN

INTRODUCCIÓN

El turismo constituye una importante rama de actividad económica, con gran influencia para su conjunto y, de acuerdo con el ritmo y medida de su desarrollo, fomenta a su vez el avance en los niveles productivos de otras ramas, coadyuvando a la superación de los factores que restringen el desarrollo socioeconómico y, en general el mejoramiento de algunos de los problemas económicos más importantes.

Además de las ventajas económicas que ofrece de manera directa el turismo, como son la captación de divisas, la generación de empleos, la redistribución del ingreso etc., consigue elevar el beneficio social mediante una serie de consecuencias indirectas, tales como: El mejoramiento de la infraestructura, tanto de transportes como de servicios, que redundan en beneficio de la localidad o región en que se realicen las inversiones; la elevación del nivel educativo, pues se hace necesaria la capacitación de personas que ofrezcan sus servicios al turismo; la elevación de las inversiones en los sectores productivos, como duraderos; el fomento a la exportación de mercancías, ya que pone a disposición de los turistas, aquellos bienes que son característicos de nuestro país y que atraen la atención de los visitantes.

A pesar de la crisis económica, la actividad turística constituye, una actividad en crecimiento, aunque con tasas inferiores a la de los años sesenta y setenta. La humanidad no retrocede y día con día la población del mundo hará menos esfuerzos y empleará menos tiempo en ganarse el sustento. Tendrá más tiempo libre que se convertirá en el tiempo que llene la inquietud del hombre. El que el llamado mundo desarrollado marche hacia el mayor disfrute del tiempo, hacia un mayor ingreso disponible y entre otras cosas, hacia una mayor cultura, son factores que configuran el fenómeno turístico y le dan extraordinario potencial.

Para el año 2005 se considera que el 73% de la población de Estados Unidos vivirá en grandes zonas urbanas, el 70% tendrá un ingreso superior a los 100 mil dólares anuales. La semana laboral se prevé será de cuatro días y el año comprenderá 39 semanas de trabajo con 13 de descanso, al mismo tiempo puede alargar la vida humana y a cortar la edad de retiro, lo cual ensanchará geométricamente el potencial turístico internacional.

En la actualidad la competencia internacional es muy intensa, de tal manera que en todo el mundo se desarrollan nuevos Centros Turísticos y se

ofrecen cada día mejores servicios, en condiciones y con tarifas cada vez más accesibles a sectores más amplios del mercado. El turismo es visto como una nueva fuente de riqueza y en el ámbito internacional enconadamente por obtener el máximo beneficio de ella.

Así mismo es conveniente mencionar que la actividad turística es un importante elemento de redistribución económica y de integración social; así como un instrumento para fortalecer las finanzas públicas. Por otro lado puede significar sobre todo en el caso de México, el auge de la artesanía, el redescubrimiento y restauración de las joyas arqueológicas precolombinas, de los monumentos coloniales, de la cocina, de la música, del vestido y de la moda mexicana

En un nivel más trascendente y a más largo plazo, el turismo puede contribuir a rescatar la historia y la cultura del país

Otro aspecto que hace importante el fomentar el desarrollo turístico es que permite cerrar la brecha entre la ciudad y el campo. El mayor crecimiento de las ciudades podrá estar directamente relacionada con la actividad turística que puede tener lugar en ellas. Así la posibilidad de crear nuevas alternativas urbanas en las costas, desconcentrando los núcleos de población y eliminando la presión sobre las grandes urbes de tierra adentro; es una realidad en la medida en que se planifique una adecuada utilización del turismo.

La actividad turística, por el uso extensivo de la mano de obra y por la variada gama de productos y servicios que requiere es una palanca de desarrollo regional, que si bien exige de una planificación múltiple y coordinada, no por ello deja de ser instrumento de gran valor, un catalizador y un generador de la actividad agropecuaria y de la pequeña y mediana industria que adecuadamente promovidos deben lograr en el futuro la autosuficiencia económica de regiones poco favorecidas, que en el momento actual carecen de alternativas reales de desarrollo.

El 87.4%del Turismo Internacional que visita México proviene de los Estados Unidos y Canadá (sin contar con turistas fronterizos), le siguen con menor importancia América Latina, Europa, los visitantes del resto del mundo representaron un volumen poco significativo.

Desde 1947 las coyunturas para México han sido altamente positivas. La transportación terrestre ocupaba lugar preferencial en el traslado turístico; la comunicación aérea iniciaba apenas su despegue, la comunicación trasatlántica era reducida; la ley de la distancia favorecía su oferta, y por otra parte la competencia era escasa.

El transporte aéreo es una de las principales fuerzas impulsoras del crecimiento y desarrollo turístico, trae como consecuencia mayor frecuencia de vuelos, transportación masiva, reducción de tiempos de traslado, fijación de tarifas, y la vinculación del transporte aéreo a la promoción de los destinos turísticos. Paralelamente Europa integró una oferta turística y con ello surgen otras alternativas; México requiere fortalecer su competitividad frente a sus principales competidores en productos turísticos de playa, los Estados Unidos (Hawai y Florida) y el Caribe.

Originalmente, la oferta turística mexicana, en proceso de integración se había promovido básicamente en el mercado Estadounidense y bajo la responsabilidad de la iniciativa privada, la cual era impulsada por el gobierno mexicano.

A partir de los años sesentas México modificó radicalmente su estrategia promocional en atención a que el fenómeno turístico resultó ser un factor económico preponderante para el impulso del desarrollo general interno. Por otra parte, a la vista de las coyunturas del mercado se presentaban una serie de factores que dificultaban el negocio, intensa competencia de destinos, tecnificación, cuantiosas inversiones, interés creciente en todos los países por participar de los beneficios turísticos y otros más; Estados Unidos había dejado de ser un mercado cautivo, para transformarse en el más solicitado, las tarifas trasatlánticas eran atractivas y estimulantes, el crecimiento insólito de la capacidad receptiva de los servicios turísticos de otros lugares y entre otras cosas, la vigorización de la promoción turística internacional influyeron en este hecho.

Fue durante estos años cuando se realizaron programas promocionales pioneros en México, sobre la base de una utilización intensa de los medios directos de comunicación.

Ante estas coyunturas del mercado, fueron jerarquizándose los ámbitos promocionales, otorgando prioridad al mercado americano y canadiense, pero instalándose una diversificación de mercados con resultados a largo plazo, tales como el europeo, el sudamericano y el japonés.

También, hubo que jerarquizar la promoción de los destinos en relación con su capacidad receptiva, pero en previsión de expansiones futuras, promover globalmente el territorio mexicano como destino turístico.

Por lo que se refiere a la promoción, desde los años cuarentas existen oficinas informativas en diversas ciudades de los Estados Unidos, pero a partir de los sesentas, se establecieron Delegaciones con la peculiaridad de ser centros de promoción activa, asignándosele a cada uno de estos Centros un área específica de actividad en el ámbito territorial del mercado. El programa promocional de México en el extranjero, ha utilizado los medios directos e indirectos de comunicación para realizar promoción internacional en forma armónica y equilibrada.

Resulta importante hablar de la futura proyección de la promoción internacional de México, para aprovechar ese patrimonio intangible, que con el trabajo de muchos años se ha ido incrementando, procurando a la vez incorporar métodos y actividades de proceso de planeación, que permiten definir una estrategia de desarrollo turístico.

Dentro de las alternativas que se han contemplado para promover el turismo en México, se ha considerado el desarrollo de una infraestructura básica así como la diversificación de los mercados, para adecuar la actual oferta de servicios a las nuevas formas de consumo, sin deformar el perfil propio del país.

Sin embargo, el diseño de la política turística tiene que tomar en cuenta las distintas regiones del territorio nacional, distinguiendo las áreas de alto desarrollo de las nuevas, susceptibles de un desarrollo futuro.

Por lo anterior, es necesario que en la elaboración del Plan o Programa Nacional de Turismo, se fomenten las actuales Zonas de Interés turístico, se mantengan las Regiones Turísticas Establecidas, se determinen y establezcan nuevas Zonas destinadas a la actividad, y de los servicios, que permitan la unificación de los esfuerzos **para alcanzar el objetivo de incrementar el turismo en México.**

México no es el único país que ofrece grandes atractivos, sino que estamos en un mercado intensamente competitivo, ofreciendo una alta calidad en infraestructura y en los servicios, ya que ésta es la única forma de hacer sobresalir al país para conseguir una Demanda fuerte de turismo.

Por ello es importante la Planificación, la cual permitirá contar con una serie de estudios que permitan un uso adecuado de los recursos disponibles, por lo cual se requiere de la formulación y metodología que aseguren la eficiencia de las inversiones en cada uno de los proyectos identificados a nivel nacional.

En este sentido los aspectos Jurídicos y Fiscales, cobran especial importancia, ya que trata entre otras, sobre la tenencia de la tierra en el lugar donde se planea realizar la inversión. Este tema versa además sobre las diversas formas en que se puede constituir la inversión para la formación de una empresa o sociedad turística; La Sociedad de Capital Variable y la Sociedad de Fomento Turístico o Fideicomiso.

Por su parte, el estudio de las disposiciones fiscales trata sobre las cuotas, impuestos y derechos que la empresa deberá cubrir desde el inicio de las operaciones y durante el ejercicio de su actividad, analizando también los diversos estímulos, ayudas y facilidades que las diferentes secretarías de estado otorgan al respecto; con lo que el ingreso y el gasto público se equilibren en beneficio de la administración pública.

Una adecuada Planificación debe comenzar con los estudios generales que contemplen el contexto de la economía nacional, a través de los análisis sobre los aspectos sociales y económicos, el desarrollo de la actividad turística. Para ello se analizan principalmente los indicadores más representativos, como son la generación de empleos, el impacto en el consumo global, en la redistribución del ingreso, en los niveles educacionales y culturales y la importancia que guarda este sector dentro de la balanza de pagos, como un instrumento de equilibrio dentro de la balanza de servicios.

Con el fin de identificar las prioridades y necesidades básicas para fomentar su crecimiento, se estudia y analiza el desarrollo del sector mismo, la clasificación de los turistas, de acuerdo a sus niveles de ingresos y las vías de acceso empleadas.

Se clasifican los lugares turísticos del país se señalan sus características físicas que, de una u otra forma, influyen en su capacidad real y potencial para atraer turismo a la zona.

Dentro del estudio de la infraestructura se incluye el análisis de los medios de comunicación, vías de acceso, líneas de transportes y servicios varios, que permiten evaluar las necesidades de la zona, así como sus ventajas comparativas con otras regiones turísticas identificas y estudiadas.

También se considera el estudio socio-económico en el que se analizan las características de la población, tomando en cuenta su estructura social y la base económica en la que se sustenta.

Por otro lado se definen los principales conceptos sobre el turismo nacional e internacional, con el fin de mejorar la intervención privada. Así como la formulación de la estrategia de desarrollo turístico. Se hace mención sobre aspectos del tratado del libre comercio TLC entre México, Estados Unidos y Canadá, referente a la entrada temporal de personas de negocios, la operación de autobuses turísticos en el mercado transfronterizo Estadounidense y Canadiense. Así también del producto interno bruto.

CAPITULO

I

PRINCIPALES DETERMINATES DE LA FORMA DE TURISMO

CAPITULO I

PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA FORMA DE TURISMO.

1.ANTECEDENTES.

Cuando el hombre supera su condición económica de autosuficiencia, y el progreso le permite producir más de lo que consume y aspira al consumo de bienes que el vecino caza, recolecta, cosecha o fabrica, nace el comercio y se desarrolla el transporte para comunicar un barrio con otro; una tribu con la otra; una aldea con la de al lado; un valle con el valle próximo; un área de consumo con la de producción, y se vuelve viajero para ejercer su dominio sobre su ámbito geográfico, para sujetarlo, domesticarlo y volverlo escenario de la historia.

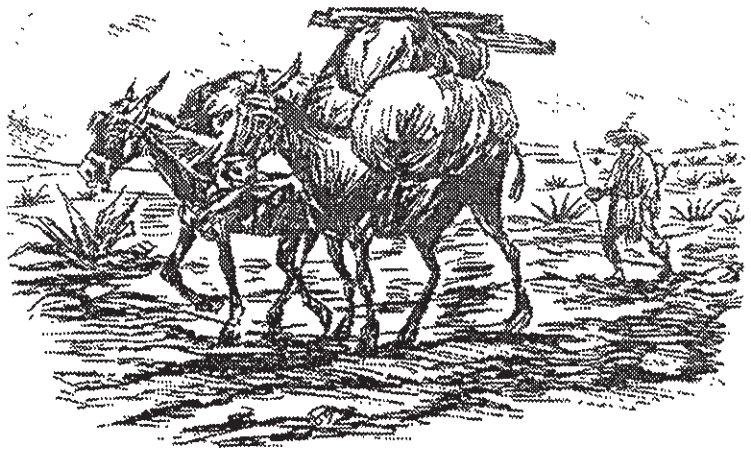
A través del tiempo, el concepto turístico ha venido evolucionando, en México la más remota actividad turística es la de pequeños alojamientos aztecas con los que los viajeros se encontraban en los caminos en los cuales manos anónimas depositaban y reponían regularmente techo, maíz, agua y leña, sin importar a quienes y para que los consumían. De éste bello espíritu hospitalario, expresado en un servicio gratuito de alojamiento, se integra con posterioridad a la venta y al mesón españoles, que sé amplia con la innovación de ofrecer agua y alimento a las cabalgaduras.

Con la introducción del servicio de diligencias se establece, la posibilidad de remudar los troncos de mula o caballos que tiraban de los vehículos; los primeros mesones virreinales que se establecieron, datan aproximadamente del año de 1530 y se establecieron en la ruta México-

Veracruz y en ambas ciudades. Los tres siglos de virreinato dejaron testimonios de viajes, viajeros y estructuras de este servicio, que alcanzó su apogeo en el siglo XVIII, y que produjeron personajes que destacaron en esta actividad, como **Doña María, la Malinche y la Monja Alférez.**

A **Doña María** la presentamos como la primera mujer de negocios que históricamente operó el primer negocio relacionado con los viajeros en el territorio nacional, con una venta establecida en Cuajimalpa a la altura del kilómetro 21 de la actual carretera México-Toluca, de la que se desprende un ramal que conduce al Desierto de los Leones, denominado ***La Venta***, el que se le conocía como ***La Venta de Doña Marina*** y que el historiador Antonio Fernández de Castillo manifiesta que era de gran utilidad para los viajeros que de Coyoacán, Mixcoac, Tacubaya y México iban a Toluca.

La ***Monja Alférez*** que llegó a la Nueva España, proveniente del Perú en 1630, con el **Nombre de Alfonso Rodríguez** (de 45 años), permaneció en el virreinato hasta su muerte 20 años después, quien en realidad era **Catalina de Erauzo;** estableció un negocio de transportes (arriería) de México a Veracruz, del cual aprendió lo lucrativo que resulta combinar, transporte y alojamiento, combinarlo y venderlo en ***paquete*** y así de transportista también se instaló como mesonera en el camino a Veracruz, anticipándose algunos siglos a los expertos de mercadeo de nuestro tiempo, descubridores de los ***VTP (viaje todo pagado).***



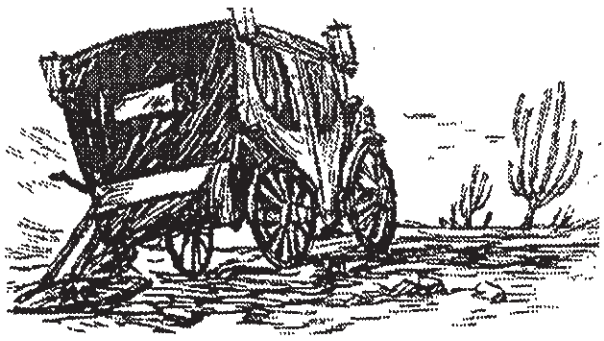
En 1621, en los Estados Unidos funcionó el primer mesón en la colonia inglesa James Town, Virginia. Para 1634 se estableció un segundo mesón en Boston, Nueva Inglaterra

El Hotel Iturbide en la ciudad de México fue un mesón de alcurnia de cinco estrellas, con excelente alojamiento y extraordinarias caballerizas que fue el primero en adoptar el nombre de ***Hotel.*** Operó en las calles de Madero, en el Centro Histórico de la Ciudad de México, mismo que fue el palacio de Iturbide y que en la actualidad es la matriz de Banamex, **este hotel contaba con una terminal para la línea de diligencias** que, entre otras comunicaba la ciudad de México con el Puerto de Veracruz vía Puebla.

En 1883 y 1884, Manuel caballero publicó el ***Primer Almanaque Histórico Artístico y Monumental de la República Mexicana,*** en el cual se mencionan los conciertos en el jardín denominado Zócalo, asimismo da a conocer la calzada (Paseo) de la Reforma como una de las avenidas equiparadas por su hermosura con la quinta avenida de Nueva York. Ahí se construyó el Hotel de la Reforma (en donde hasta el sismo de 1985 estuvo la Secretaría de Recursos Hidráulicos) que a principios del siglo XX en su planta baja, se estableció el famoso ***Café Colón,*** tan socorrido con Victoriano Huerta y cuando vino a menos reducido en un vulgar hotel de paso.

La palabra ***turista*** se empezó a utilizar en nuestro idioma hace unos 137 años y a tomado las acepciones que al turismo se le asignan al realizarse por placer, estudio, descanso, contemplación y apreciación de curiosidades y bellezas naturales, por motivos de salud, devoción, deseo de disfrutar de alimentos y bebidas desconocidas, por querer ampliar y complacer la afición artística o cultural entre otros aspectos.

Esta diversidad de razones y causas, han permitido perfeccionar los medios y sistemas de una actividad que vale por lo que realiza, por lo cual se puede afirmar que, **como el comercio y la industria, también el turismo ha contribuido a muchos de los perfeccionamientos realizados en lo que se refiere a medios de transporte y vías de comunicación.**



Estos perfeccionamientos han contribuido igual que muchas personas al desarrollo del mercado turístico; al respecto destacan **Thomas Cook y Cesar Ritz.**

Thomas Cook fue el iniciador de la comercialización de los viajes, nace en 1908 en Melbourne, en Derby-Shire (Inglaterra). En 1849 realizó el primer viaje colectivo organizado, como resultado de un Congreso antialcohólico en Leicester y Loughborough, para ello alquiló un tren, costeando los gastos El tren salió el 5 de julio con 570 viajeros, ida y vuelta, a un costo muy bajo por pasajero. Este fue el primer viaje colectivo organizado. Después de esta experiencia, Cook continuó organizando viajes en trenes especiales con ocasión de congresos. convenciones o similares. La exposición de Hyde Park, en 1851, le proporcionó 165,000 clientes. **Con esas actividades nació la primera agencia de viajes.** Con el apoyo de su hijo, estableció la firma ***Thomas Cook And Son.*** Una vez consolidado el negocio en Inglaterra, extendió su radio de acción al continente europeo, en 1885 ésta firma contaba con 508 agencias de viajes en 79 países.

La hotelería moderna, fue iniciada por César Ritz, originario de Niederwald, Alto Valais (Suiza). En 1867, a los 16 años se fue a París a trabajar en varios oficios, a los 28 años, logró ser el gerente del **Gran Hotel National de Lucerna,** uno de los mejores hoteles suizos de aquella época y el más famoso de las altas finanzas.

La fama adquirida como director de Hotel se amplió con la participación de **Auguste Escoffier** como el mejor jefe de cocina que existió. Ritz fue solicitado por lo mejor de la hotelería para enderezar negocios ruinosos.

Los hoteles construidos o modificados por Ritz fueron los primeros en la historia hotelera que contaban en cada cuarto con su respectivo baño y una excelente instalación de fontanería. Manifestación que fue imitada en los domicilios particulares de la gente rica y elegante, con lo cual Ritz también es considerado el padre de la higiene en Europa; ésta capacidad para dirigir lo llevaron a **realizar el primer sistema organizado de *información reservada*** sobre sus huéspedes con lo cual poseía las referencias personales del mundo elegante de la época.

En el siglo XIX, un viaje al extranjero constituía un elemento indispensable de educación para la sociedad burguesa y para cualquier hombre que se considerara culto. En este placer han sucumbido la mayoría de grandes escritores románticos, algunas narraciones de sus viajes son obras maestras de la literatura mundial A mediados del siglo se produce la revolución de circulación de viajes como resultado de la invención del

ferrocarril. La creación de líneas nacionales, disminuyó notablemente el tiempo de los viajes en comparación de la diligencia antigua, y los hizo más cómodos. Su gran capacidad de transporte redujo considerablemente el precio.

No obstante, el desplazamiento turístico seguía siendo muy caro y además era necesario disponer de tiempo libre para poder viajar. El ocio no era reconocido a las masas trabajadoras ya que los que ocupaban un empleo remunerado no tenían en el siglo XIX derecho a las vacaciones pagadas, reservándose la mayoría de veces a las clases privilegiadas. **En el siglo XX, el turismo se convierte en un fenómeno social y generalizado en los países desarrollados.**

Para el caso de México, Moisés González Navarro colaborador de Daniel Cosío Villegas en su monumental ***Historia Moderna de México,*** relata que **durante el porfirismo de finales del siglo XIX empezaron a llegar con cierta regularidad a la Ciudad de México, excursiones de estadounidenses que viajaban por ferrocarril. Con respecto a los viajeros nacionales era costumbre hacer excursiones de Semana Santa a Guadalajara, León, Queretaro, Celaya, Guanajuato, Amecameca, Puebla y otros lugares. En 1909, la playa de Chapala se comparaba con la de algunos balnearios europeos de gran moda.**

En el inicio del siglo XX, a finales del porfirismo, existía gracias a los ferrocarriles[1] los elementos mínimos para el despegue de una industria de viajes, pero se deberían superar obstáculos sociales como el de los ***acasillados***[2] que eran el pan de cada día en las grandes haciendas; no existía el orden jurídico ni las condiciones de mercado interno adecuados que incentivaran los desplazamientos masivos. **Con la revolución y sus consecuencias de inestabilidad social y los movimientos armados, se desvaneció el germen de la actividad viajera de proturismo que hasta entonces tenía como base jurídica el derecho al libre tránsito de las personas, consagrada en la Constitución de 1857 entonces vigente.**

Durante la Revolución Mexicana, el Hotel Geneve (El Génova), que en realidad es Ginebra en su traducción correcta del francés y el Hotel Palacio,

[1] Entre 1868 y 1910 existían más de 22,000 kilómetros de vías férreas, en la actualidad existen 26,623, (DATOS DE 1996) éstas fueron rutas construidas y operadas con propósitos de exportación de materias primas que de comunicación interna, de ahí la paradoja de que no en pocos casos el ferrocarril agravara la insularisación de grandes zonas del trazo lineal, rígido de la vía férrea, que solo ligaba y servía a los polos donde se encontraba la producción y el consumo.

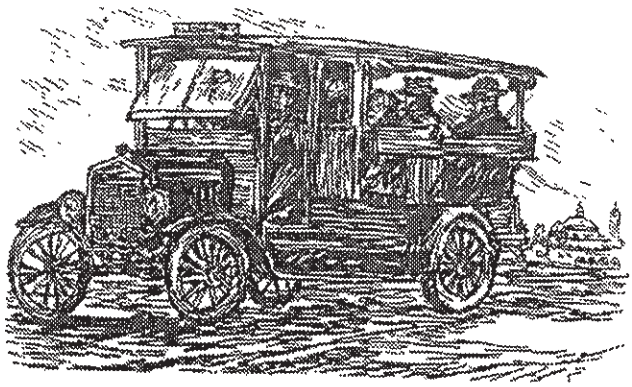
[2] Durante el régimen porfirista, los pueblos indígenas, despojados de sus tierras comunales, se convirtieron en siervos de los terratenientes en calidad de peones acasillados, los cuales fueron explotados por la tienda de raya y siempre estaban en deuda con el amo y sometidos por la autoridad del cacique por los procedimientos más crueles, como los de deportar y vender a los indios rebeldes como esclavos, o asesinarlos en masa. Además, los 3 millones de jornaleros que entonces existían se hallaban en la miseria, por que trabajaban de sol a sol y el salario que se pagaba a fines del régimen colonial, un promedio de 120 pesos al año, en tanto que los precios de las subsistencias habían aumentado en una alta proporción

cuyo propietario y operador efímero llegó a ser Francisco Villa, fueron testigos vibrantes de las condiciones en las que el país se debatía.

En 1913, durante la decena trágica, el Hotel Geneve se convirtió en zona neutral y refugio de los diplomáticos extranjeros.

El Hotel palacio que se encontraba en la ahora avenida Hidalgo y que fuera escenario de un vulgar lío de faldas protagonizado por Villa y que Martín Luis Guzmán las describe estupendamente en las memorias del propio Francisco Villa.

En la década de los años 20`s con Plutarco Elias Calles como presidente, empezó a modelarse el México moderno y a identificarlo con nuevas estructuras de distribución, entre éstas las de comunicación con las construcciones de las primeras carreteras; con éstas la actividad viajera pre-turística se inicia.



En 1927 se inauguró la carretera México-Cuernavaca-Taxco-Acapulco, en ésta misma década las de México-Puebla y México-Pachuca. En 1936 la Internacional de México-Laredo; hasta entonces, **la actividad viajera se desarrollo en lugares específicos. La Ciudad de México en especial, en segundo lugar Guadalajara y el Lago de Chapala que durante el porfiriato y el ferrocarril fue lugar de lunamieleros de la capital de la república y tapatíos.**

Con el desarrollo carretero que Calles imprimió, permitió al mexicano descubrir Cuernavaca, la que el propio Plutarco Elias Calles y Dugwit W. Morrow, embajador de los Estados Unidos internacionalizaron, al construir sus casas en el lugar de la eterna primavera, lo que permitió también ser fuente de sucesos y de actividad política de alto nivel. Siguiendo el mismo camino, se

encuentra Taxco, hallazgo insospechado de patrimonio histórico y arquitectónico notables, al que llego Willian Spratling, caricaturista, platero, promotor, investigador, escritor y coleccionista de piezas arqueológicas, y quien introdujo cambios radicales en los diseños de los estupendos orfebres Tasqueños, gracias a los cuales adquirieron carta de ciudadanía universal en el arte de la plata.

En la misma carretera, Acapulco empieza a desempolvar antiguas glorias conquistadas en el pasado con la Feria de Acapulco, con motivo de la llegada de la Nao de China.

Esta fue la etapa preturística de México, la que se confirma cuando en la ciudad de México, la ciudad mejor equipada en materia de alojamiento, fue incapaz de ofrecer 1800 habitaciones para hospedar a 5200 rotarios que celebrarían su convención internacional. Reunión que gracias al ingenio de un ferrocarrilero se pudo realizar, al habilitar los patios de la antigua estación de ferrocarriles de Buena Vista (hoy edificio de la Delegación Cuauhtemóc), un mes después, en julio de 1935, en las mismas instalaciones se llevó a cabo la convención de leones y se alojaron a 4000 personas.

En 1940 se estrena el primer hotel con las especificaciones de la demanda turística internacional, el Reforma, que ofrecía cuartos con baño propio y aire acondicionado, suites, roofgarden, cafetería, salón de belleza, florería, tabaquería, agencia de viajes y cabaret.

En la década de los 40´s, la actividad bélica de la segunda guerra y la conclusión de ésta en 1945 favorecieron el ingreso de México a una etapa del turismo; el gobierno de Miguel Alemán contribuyó a definir la vocación como destino turístico internacional, cuya demanda, por razones fáciles de explicar, se concentraba en los Estados Unidos y Canadá. Los demás países estaban dedicados a su reconstrucción, en especial Inglaterra, Francia, España, Holanda, Bélgica, Polonia, Italia, Alemania, la URSS y Japón.

Los efectos perjudiciales que esta guerra provocó sobre el movimiento de forasteros y los de la crisis económica mundial de 1930, llamó poderosamente la atención de los economistas, para realizar investigaciones sobre este campo de la actividad humana, así como la atención en el turismo como fenómeno económico digno de investigación y estudio. A nivel internacional el turismo se desarrolló en las primeras décadas del siglo XX, únicamente por la iniciativa privada y de manera empírica, ya que los organismos oficiales no le dieron ninguna importancia, debido principalmente a que la situación económica internacional

de los países turísticos era francamente desahogada ya que liquidaban sus balanzas comerciales[3] con superávit[4]. **Al endeudarse con ocasión de la primera y segunda guerras mundiales y cambiar de signo el saldo de aquellas, los gobiernos fijaron su atención en el turismo, como posible medio para obtener divisas, que compensaran en parte el déficit de medios de pago internacionales.**

En 1940 México contaba con 3200 cuartos. Para 1945 crece a 10700 cuartos y concluye la década con 56,538 cuartos; un incremento extraordinario en caminos, de 9929 km., en 1940, y de 21422 km., en 1950, lo cual significó un incremento superior al 120%, que consolidó la infraestructura básica para sustentar el despegue de México como país, que así pudo incorporarse de lleno a la actividad turística moderna.

En este periodo, Acapulco se inscribió en la geografía de las predilecciones del turismo mundial, al cual le siguió Puerto Vallarta. Esta evolución permitió el impulso empresarial que, en el caso de la Hotelería ha sido ejemplar. De 1951 a 1981 el número de cuartos creció de 56,538 a 246,356. En 1997 la cifra fue de 382,364 cuartos; **pocas actividades económicas del país pueden manifestar un dinamismo de ésta envergadura, su ritmo de crecimiento no se ha interrumpido un solo momento.**

En los años 50´s se inicia la operación de los hoteles asociados con cadenas extranjeras, **comienzan a ser familiares los nombres de Hilton y de Western.** En 1991 existían cerca de 20 cadenas hoteleras internacionales que operan en nuestro país asociados con inversionistas nacionales, sus capitales representaban menos del 5% del total de la inversión hotelera nacional.

Años de trabajo empírico, incubaron la idea de tecnificar el turismo la que se llevo a cabo con el gobierno del Lic. Miguel Alemán Valdés, quien con el empresario Antonio Ruiz Galindo crearon la escuela de turismo en 1948; pero no es hasta 1971 cuando se establece un sistema de enseñanza con un criterio metodológico que establece la SEP y 7 años más tarde la Secretaría de Turismo incorpora esta técnica a través de la Dirección de capacitación.

La actividad turística en México ha tenido una evolución positiva y considerable respecto de las corrientes turísticas de internación, a pesar de que han existido diversos obstáculos al desarrollo de esta actividad como:

[3]BALANZA COMERCIAL La que recoge el conjunto de ingresos y pagos que un país efectúa con el resto del mundo por importaciones y exportaciones

[4]SUPERAVIT: Situación en la cual los ingresos son superiores a los pagos

- En 1938 la nacionalización petrolera causó un decremento del 21% respecto del año anterior en la actividad turística.

- En 1940 como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, el turismo de internación descendió en 2.8%.

- En 1942 la actividad turística nacional disminuyó en un 45.4%, con motivo al ataque de los Japoneses a Pearl Harbor, cuando todos los gobiernos del continente americano, con excepción de Argentina hicieron causa común con Estados Unidos para intervenir en la Segunda Guerra Mundial.

- En 1944, el turismo disminuyó el 5.3%, como coincidencia con la invasión de Europa por los ejércitos aliados.

- En 1947, el inició de la ***Guerra Fría***[5] repercutió en una baja de 5.9%.

- En 1953 al término de la guerra de Corea, el turismo de internación disminuyó un 5.1%.

- En 1975-1976, se da una reducción del 5.8% y 4.9% respectivamente, cuando se suscitaron diferencias con los empresarios turísticos israelitas, estadounidenses, quienes dolosamente consideraron que en México eran calificados como grupos sionistas, es decir que sostenían una especie de racismo. Indignados decidieron boicotear al país, valiéndose de un grupo muy significativo de turistas que planeaban en esas fechas desplazarse hacia nuestro territorio, y que solamente en las primeras 24 hrs. representó la cancelación de 50,000 cuartos dobles noche de hotel.

- En 1994-1999 temas preocupantes pueden ser el presentado en el estado de Chiapas por el ejército Zapatista, el FOBAPROA o los secuestros e inseguridad, que han ocupado el quehacer de la sociedad y sus representantes.

La base jurídica del turismo en México nace con la constitución de 1917 en ella se establece las vacaciones como un derecho social del trabajador; que es la base del nacimiento de una oferta nacional. La concepción internacional se presenta en 1926, cuando el General Plutarco Elías Calles, promulga la Ley de Migración en la cual, por primera vez, se define jurídicamente al turista como: *El extranjero que*

[5] Guerra Fría: Periodo de tensión y agresividad política y psicológica que caracteriza la relación internacional entre dos Estados o Bloques, sin tener inmediatamente un desenlace bélico. El término Guerra Fría empezó a utilizarse a partir de 1947, en que aparecieron las primeras divergencias importantes, posteriores a la segunda Guerra Mundial, entre la U.R.S.S. y los antiguos aliados de esta última conflagración.

visita la República por distracción o recreo, y cuya permanencia en el territorio nacional no exceda de seis meses.

En 1929 el presidente Emilio Portes Gil crea la comisión proturismo cuando el país recibía ya 14,000 turistas extranjeros. Esta comisión es el primer órgano del Ejecutivo Federal, al que se encomendó la coordinación y análisis del fenómeno turístico.

En su informe presidencial de 1929 se dio a conocer la expedición del acuerdo de 6 de julio por el cual se crea la **Comisión Mixta Proturismo.**

En el periodo gubernamental del Ingeniero y General Pascual Ortiz Rubio, se publica la Ley de Migración del 30 de agosto de 1930, que deroga a la del 15 de enero de 1926, así mismo, se expide la Ley Orgánica de la Comisión Nacional de Turismo y su reglamento en la que se da forma legal a la Comisión Nacional de Turismo, que nace en una época propicia ya que la Nación captaba 41,000 turista de internación.

A la renuncia del Ingeniero, el sustituto es el General Abelardo L. Rodríguez, más empresario que político, creyó necesario transferir las atribuciones que tenía la Secretaría de Gobernación en materia de turismo a la Secretaría de Economía Nacional; en 1933 se crean **la Comisión, el Comité Oficial y el Patronato de Turismo,** cuyo objeto era centralizar y coordinar la política turística, además de buscar medios propios para su desarrollo y mejorar los sistemas de transporte, el transito y la residencia de los turistas extranjeros.

En 1934 de nueva cuenta las atribuciones y el despacho de los asuntos relacionados con el turismo se confieren a Gobernación.

Se concede a las Cámaras de Comercio amplias facultades para tratar asuntos de carácter migratorio relacionado con la intervención de viajeros, para entonces, México recibió 40 mil turistas.

El General Lázaro Cárdenas en la Presidencia, actualiza la legislación turística; modifica el artículo 28 de la ley de Secretarias y Departamentos de Estado, el 13 de mayo de 1935 se promulga el decreto que reglamentó la fracción 30 del artículo 20 de la ley que actualmente se conoce como la **Ley Orgánica de la Administración Publica Federal.** Se crea la Comisión Nacional de Turismo, que se integró por un Comité Ejecutivo, un Consejo Patrocinador y Consejo Consultivo en el cual la iniciativa privada es participe de forma activa. Se promulgo la Ley General de Población que derogo a la ley de Migración. En 1937 se reconoce el oficio de guía de Turista y se norma toda actividad relacionada con las agencias de viajes. Se crea de

forma administrativa y no autónoma, el Departamento de Turismo dependiente de la Secretaría de Gobernación. Por acuerdo Presidencial del 21 de diciembre de 1939 se crea el Consejo Nacional de Turismo, en el corto plazo se observo "...un notable incremento de las corrientes turísticas provenientes del extranjero", ya que se observa el arribo de mas de 90 mil visitantes [6]

En el mandato sexenal del General Manuel Ávila Camacho se inicia la construcción de hoteles, restaurantes, bares y agencias de viajes; se fomenta la actividad de guías de turistas especializados, además de los transportes turísticos; desafortunadamente, no se contaba con un Plan Maestro, lo cual origino problemas por la falta de planificación debido a la celeridad con que se incrementaban las corrientes turísticas.

Como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, el turismo de internación descendió y se estanco, pero a decir de Héctor Manuel Romero ". . y aún sin pruebas documentales se dio un milagro: el florecimiento caudaloso de un turismo interno, el religioso, el de procesiones en el Tepeyac, en San Juan de los Lagos y en Zapopan..."[7] "una vez que se restablece la paz, la actividad se vigoriza y resurge para ascender durante el primer semestre de 1946, a una cifra récord de 250 mil visitantes, con un 52% de visitantes estadounidenses".

Con el Licenciado Miguel Alemán en la Presidencia de la República se construye la infraestructura básica del turismo mexicano, se crea el Consejo Nacional de Turismo y que el propio Licenciado alemán atiende desde 1961 a 1983 fecha de su muerte. Con el se crearon los aeropuertos, se celebraron las carreras panamericanas, se dota a Acapulco de su primera gran Infraestructura urbana con la que se integró a la categoría de destino turístico internacional, como Miami, la Costa Azul, Río, Hawai y Punta del Este. Se creó la primera Ley Federal de Turismo. Solicitó oficialmente que la sede de los juegos olímpicos en 1968 fuera la ciudad de México.

Impulsó los primeros polos, como es el caso de Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la ciudad de México.

El turismo es considerado como un elemento fundamental para el progreso de la nación. En 1947 se promulgó la ley que crea la Comisión Nacional de Turismo, constituida por el Consejo Nacional de Turismo y por el Comité Ejecutivo.

Historia Institucional del Turismo en Mexico 1926-1988 pág 24 Asoc Nacional de egresados de Turismo A C 1988
El Turismo en Mexico sus tiempos Historicos y sus espacios politicos, pag 24, edición SECCTUR 1991

Uno de los avances más importantes en la materia fue la promulgación de la primera ley federal de Turismo en 1949. Se crea la Dirección General de Turismo. A lo largo de esta administración, crece vertiginosamente el turismo, ya que solo durante el ultimo año de gobierno nos visitaron 450 mil turistas.

Durante el sexenio de Adolfo Ruiz Cortinez, se crea el Fondo de Garantía y Fomento Turístico (FOGATUR) en 1956; fideicomiso que operaba a través de Nacional Financiera, cuyo objetivo fue el de impulsar la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros, además de estudiar y planear nuevos polos turísticos. Durante este periodo representaba ya la cantidad de 697 mil turistas.

El Lic. Adolfo López Mateos, tuvo grandes aciertos capitalizables en favor del turismo: la creación del Departamento de Turismo; la designación del Lic. Miguel Alemán como presidente del Consejo Nacional de Turismo; el auspicio del primer esbozo de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico en 1960 y la creación de la Ciudad de México de un conjunto de Museos que le han ayudado a mejorar su perfil turístico; el de Arte Moderno, el de Historia Natural, la Pinacoteca Virreinal de San Hipólito, el de la Ciudad de México, el de Antropología y el del Virreinato en Tepotzotlán.

Se modifica la ley de Secretarías y Departamentos del Estado, creando el Departamento Autónomo de Turismo, dependiendo del poder Ejecutivo Federal. En 1961 se publica la ley Federal de Turismo, que sustituye a la de 1949.

En 1961 se crea el servicio, único en el mundo, conocido internacionalmente como los **"Angeles Verdes"**, al finalizar este periodo se captaron 1`214 mil turistas.

Con Gustavo Díaz Ordaz en 1965 se publica el reglamento interior del Departamento de Turismo en 1967 el reglamento de Guías de Turistas, guías, choferes y similares. En 1969 se publica el reglamento de agencias de viajes.

A pesar de los disturbios estudiantiles del 68, se lograron consolidar dos eventos deportivos de gran importancia mundial, **la XIX Olimpiada en 1968 y el IX Campeonato Mundial de Futbol 1970,** en los que México marca un ejemplo de organización, hospitalidad y franca amistad hacia el visitante. En 1970 la captación turística fue de 2.3 millones de visitantes.

En el régimen del Lic. Luis Echeverría Alvarez, se establecen modelos generosos pero discutibles como la del Turismo asociado con el ejido, del

Turismo Social concebido como dádiva paternalista concedida a menores de edad. Se estableció una preferencia hacia los fideicomisos turísticos que minimizaron la autoridad del departamento de turismo que en 1974 se convierte en la Secretaría de Turismo. Un Fonatur (creado con la función de FOGATUR e INFRATUR) rebosante de vitalidad. Fideicomiso en calidad de banca de segundo piso; organismo ejecutor de los programas de desarrollo turísticos integrales y de financiamiento de inversiones turísticas, así como de asistencia técnica a organismos del sector público, privado y social Edifica el Centro de Convenciones de Acapulco, Gro. El centro internacional de convivencia infantil (CICI) crea el hotel de La Paz, B.C.S., obtiene la sede del Centro Internacional de capacitación turística dependiente de la OEA.

Bajo este régimen, "México se inició en la tarea alucinante de perforar la selva y seducir playas para crear ciudades turísticas integrales [8]como Cancún, Ixtapa-Zihuatanejo y la región bajacaliforniana de los Cabos y Loreto, Huatulco, Nuevo Vallarta, La **"Nayarta Nayarita";** a finales de 1976 ya para concluir la administración, el país captó 3.1 millones de turistas de internación.

Durante la administración del Lic. José López Portillo, se crearon Nacional Operadora, Nacional Restaurantera, Los Angeles Plateados para seguridad de los turistas en las playas; se crearon los Angeles Dorados para proteger al turista en las ciudades y puntos importantes a los que estos concurren. Se crea el Banco Nacional de Turismo (BANTUR); así mismo se realiza el primer Plan de Desarrollo Turístico, elaborado con los elementos técnicos de la planeación moderna, se crea el Centro Histórico de la Ciudad de México. También se dio inicio a la infraestructura de dos polos turísticos: Loreto Nopoló y San José del Cabo en Baja California Sur. Al finalizar este periodo de gobierno, México es visitado por 4 millones de turistas.

En el gobierno del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, se inician las obras de infraestructura de Bahía de Huatulco, en Oaxaca; se formula y pone en marcha el programa de acción inmediata para fomento del Turismo, se inician las obras de consolidación de Cancún, Ixtapa, San José y Loreto. A pesar de la crisis económica, se da impulso al financiamiento de la oferta hotelera, se pone en marcha el programa de remodelación de Acapulco tradicional y se concertan acciones para autorizar vuelos de fletamento.

Para 1988 México captó por concepto de Turismo de Internación 6 millones de visitantes, en su mayoría estadounidenses, que generaron un ingreso cercano a los 2, 500 millones de dólares.

---

[8] Ciudades Turísticas Integrales· Las planeadas por FONATUR.- El Turismo en México, sus tiempos Históricos y sus espacios políticos pag 32. Edición Sectur 1991.

Durante la administración del Lic. Carlos Salinas de Gortari, la estrategia de comercialización diseñada se constituyó en cuatro disciplinas:

1.- La investigación de mercados, para facilitar el diseño de acciones eficientes de posicionamiento y promoción.

2.- Asegurar que los medios de comunicación, la industria de viajes y el consumidor tengan una imagen positiva de México y su gran potencial turístico.

3.- La publicidad.

4.- Se estableció el comité de Mercadotecnia Internacional que operó en 4 niveles; una primera fue la de involucrar a las agencias especializadas en publicidad, para promocionar al turismo internacional, se incorporaron a la operación del Comité los **Fondos Mixtos** y sus agencias a través de las delegaciones en el extranjero, se crearon los consejos regionales de asesoría turística, se establecieron recorridos de mayor contenido cultural, deportivo y otros, conocidos como "**tourning**" se incrementó la promoción y publicidad turísticas en Estados Unidos y Canadá; en España, Francia y Alemania; Gran Bretaña, Italia y Portugal los países Escandinavos y América Latina. Se establecieron dos programas en colaboración con empresarios, el primero denominado **viajes de familiarización** que buscó relacionar a los agentes de viajes, mayoristas y medios de comunicación con la oferta existente, y el otro fue **el del número 800** como servicio informativo único y la elaboración de ediciones especiales en colaboración con empresas privadas.

En el gobierno del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, se crea el gabinete Turístico, con el objeto de hacer concurrir las políticas de las áreas federales en una política de promoción turística. Asimismo se reinstala la comisión Ejecutiva de Turismo para establecer un proceso de desregulación y simplificación para facilitar la instalación y ordenación de las empresas turísticas y el movimiento de las corrientes de visitantes nacionales y extranjeros; el programa de desarrollo del sector turismo, define los centros y regiones turísticas prioritarias del país.

Las acciones de la política turística se encaminan a los destinos turísticos de playa, incluyendo los cinco centros turísticos integralmente planeados por fonatur y los siete destinos de playa tradicionales más importantes, a **la frontera norte** de nuestro país, en donde destacan las ciudades de **Tijuana, ciudad Juárez y el corredor de Nuevo Laredo a Matamoros;** a **las grandes ciudades de México, Guadalajara y Monterrey,**

y al desarrollo de una Nueva oferta en **las Barancas de la Sierra Tarahuamara de Chihuahua, el Mundo Maya del Sureste de México y los parques naturales y áreas protegidas seleccionadas, donde destacan las lagunas visitadas por la ballena gris en Baja California Sur, la mariposa monarca en Michoacán y el parque Popo Ixta en las** Inmediaciones del Distrito Federal, además de continuar en la promoción regional del grupo de **Ciudades Coloniales.** La secretaría de Turismo en base con la Nueva Ley Federal de Turismo, concentró en esta secretaría la actividad normativa y promotora, transfiriendo a toda las Entidades Federativas del país, las funciones de operación y control. Así se cancelaron las Delegaciones Estatales de Turismo y se fortalecieron las Secretarías, Coordinaciones o Direcciones Estatales de Turismo. El convenio entre SECTUR y los Estados, derivado de la promulgación de la Nueva Ley Federal de Turismo, **prevé la creación de los Consejos Consultivos Estatales de Turismo,** en los cuales participan las Autoridades estatales Municipales, la Iniciativa Privada y un representante de la Federación. A ojo de pájaro hemos presentado a este personaje singular que es **el turismo**, y que con frecuencia al pensar en un país lo reducimos como si su extensión no fuese mayor que la del mapa en que su territorio quedó plasmado, ni su cultura nada más que una lista de nombres y fechas.

Encontramos que México no es la excepción, y que muchas veces quienes piensan en él miden en centímetros sus enormes distancias, y centran su horizonte en algún tema o personaje de actualidad. Por eso quiero tratar brevemente sobre la extensión y variedad de este país.

Su superficie es de casi dos millones de kilómetros cuadrados, sus litorales un poco más de 11 mil kilómetros de extensión, y la distancia que hay entre sus extremos en la que existe más de 6,300 kilómetros de carreteras para ir de cabo catoche, en la península de Yucatán, a cabo San Lucas, en Baja California; México es un país de grandes dimensiones es un país en el cual sus rasgos geográficos distintivos son algunas sierras y mesetas, vertientes y tierras bajas costeras, planicies y zonas desérticas. **Según la historia general de México, publicada por el Colegio de México, la mayor parte del país "está dentro de la zona tórrida, y es un lugar cuyos puntos están a alturas diferentes, a muy variadas distancias del mar orientados de muy distintos modos, poblados de diferente vegetación y sometidos a vientos procedentes de diversas direcciones".**

Además de importantes retos para la creación de infraestructura como carreteras, líneas de ferrocarriles, abastecimiento de electricidad, aguas y desagües, la geografía del país produce una serie de nichos ecológicos. De acuerdo con el texto del Colegio de México: **"todos los elementos de la**

geografía dejan su huella en el clima, y la combinación de todos hace de México un mosaico de climas en el que existen regiones vecinas que pueden tener climas opuestos". En resumen, la geografía mexicana puede dividirse en unas 63 regiones, cada una de las cuales tiene características físicas y climáticas distintivas. Dando como resultado una gran biodiversidad ubicada en zonas áridas, semiáridas, de bosque templado, costeras, de trópico seco y de bosque tropical húmedo. Este mosaico se ve aún más enriquecido por el hecho de que en cada una de estas regiones viven especies animales y vegetales endémicas, únicas en el mundo las cuales tienen características físicas y climáticas distintivas. Dando como resultado una gran biodiversidad ubicada en zonas áridas, semiáridas, de bosque templado, costeras, de trópico seco y de bosque tropical húmedo.

A su diversidad geográfica, México añade una historia compleja que ha conocido a través de un pasado indígena, que desarrolló algunas de las culturas más importantes del continente en la región hoy llamada Mesoamérica (parte centro y sur de México, más Guatemala, Belice y regiones de Honduras y el Salvador); una época Virreinal, que abarcó enormes territorios unidos por una burocracia colonial y sujetos a la Corona de España; un México independiente, que luchó durante el siglo XIX para definirse como nación; 30 años de dictadura modernizadora, que fracasó al no poder integrar adecuadamente las regiones y grupos humanos del país; una revolución que logró esa integración por la fuerza; un periodo de desarrollo nacionalista, caracterizado por la hegemonía de un partido, y la llegada simultánea a la "modernidad democrática" y la globalización económica y de comunicaciones.

Así como su geografía quebrada proporciona la definición física de México, y su historia el modo de entenderse, a si mismo, el mestizaje da forma a su identidad cultural. La nación es una mezcla continua de sangres y culturas que conviven y se modifican entre sí. En México, las etnias en estado puro son minoritarias, pues oleadas sucesivas de humanidad han ido mezclándose y dejando un residuo que define al mexicano, sin importar sus rasgos o el color de su piel. La identidad mestiza de México se plasma exitosamente en una cultura rica y variada, con extraordinarias manifestaciones artísticas incluyendo artes plásticas, música, arquitectura y literatura; un verdadero mosaico artesanal que muestra una gran variedad de materiales y técnicas, así como una delicada imaginación temática; una gastronomía considerada entre las más ricas del mundo, que echa mano de infinidad de ingredientes y más importante aún, que se transforma con el paso del tiempo y la llegada de nuevas influencias; tradicionales religiosas y étnicas que llenan el calendario de fiestas, danzas y peregrinaciones, y una música popular que ha asimilado maravillosamente los aires de diferentes oleadas de

inmigrantes y los ha transformado en formas melódicas y rítmicas que enriquecen región tras región.

Las consecuencias de todo lo anterior para el visitante no podrían ser más placenteras. El país ofrece opciones extraordinarias en arqueología prehispánica, ciudades coloniales, playas, ecoturismo y naturaleza, así como en ciudades modernas, verdaderos polos de desarrollo donde coexisten el arte, los centros comerciales, financieros, gastronómicos y de entretenimiento, y opciones de negocios para complacer a cualquier persona. En la hora de la globalización, México se integra al mundo con una vastedad y variedad que toman cuerpo en su extraordinaria gente, y nos obligan a revisar nuestra imagen de un país que es mucho más que un mapa y algunos nombres superpuestos.

1.2 DETERMINANTES DEL TURISMO

Se puede afirmar, sin temor a equivocarnos, que el turismo es un fenómeno de nuestra época. Durante 1995 representó un movimiento internacional de 567 millones de turistas, con un crecimiento en el flujo de turistas de 3.8% y un gasto de 372 mil millones de dólares, que representaron un incremento en los ingresos captados por los países de 7.2% respecto al año anterior [9] y forman la base de esta nueva actividad humana. Los individuos, solos o en familias ocupan cada vez mayor tiempo libre en el turismo, al que dedican una parte importante de sus ingresos.

A pesar de las crisis económicas, el turismo constituye, una actividad en crecimiento, sin embargo, puede decirse que la misma se halla sólo en sus comienzos. Únicamente un pequeño estrato de la población mundial, puede disfrutar del turismo; aunque el fenómeno turístico es económicamente importante dentro de los flujos e intercambios internacionales, pues los ingresos turísticos representan un porcentaje significativo, el 8% de la exportación mundial de bienes turísticos representaron el 27% de las exportaciones mundiales de petróleo crudo y refinado. El 81% de las exportaciones de vehículos de motor. El 1.7 veces, las exportaciones de hierro y acero y 3.3 veces las exportaciones de cereales, es de esperar que si la tendencia de crecimiento de este fenómeno continua, este sector en un futuro próximo tendrá una fuerte expansión.

Sin perder el realismo de las cosas, la visión global del proceso de formación del fenómeno turístico la establecemos de acuerdo a los siguientes determinantes:

---

[9] Programa de desarrollo del sector turismo 1995-200 México 1996

a) La revolución del transporte

El consumo de masas se ha alcanzado mediante un proceso de grandes innovaciones tecnológicas, habiendo a su vez contribuido poderosamente a las mismas. Un aspecto concreto de ellas ha sido la revolución del transporte, que ha cambiado radicalmente el panorama de las comunicaciones en el mundo y ha puesto:

A disposición de gran cantidad de individuos nuevos medios de comunicación eficaces y rápidos a precios accesibles a las grandes masas de ingresos medios de los países desarrollados. Desde el punto de vista de la oferta, este hecho ha permitido también que entren en el mercado turístico países como los sudamericanos y los asiáticos que, teniendo condiciones naturales, apenas si habían contado con el hasta ahora, a causa de su lejanía y de lo que esta suponía en términos de tiempo y costos de transporte.

b) La intensificación del fenómeno urbano (urbanismo).

La producción industrial en cadena y el aprovechamiento de las economías externas, han originado un proceso acumulativo de concentración urbana. Esto ha supuesto, a su vez, cambios en los ritmos y modos de vida de una mayoría de la población, que se ha visto atrapada por la gran ciudad con una serie de secuelas negativas para el desenvolvimiento de sus vidas. Las vacaciones y su manifestación más genuina, el turismo, permiten en cierta medida huir de los inconvenientes y cargas del medio urbano. De este modo, el urbanismo actual se lo constituye por reacción en uno de los determinantes del turismo, traduciéndose en la necesidad de buscar ambientes tranquilos y de diversión en contacto con la naturaleza, para compensar en lo posible los efectos de la gran ciudad sobre sus habitantes.

c) Incremento de la productividad.

Los avances tecnológicos de los últimos tiempos han provocado grandes aumentos de la productividad en la totalidad de los sectores. Como consecuencia, se produce cada vez más en menos tiempo, lo que a su vez ha significado la promoción de un mayor tiempo libre por parte de los individuos. Esto se ha traducido en vacaciones anuales más largas, haciendo posible la actividad turística.

d) Las reivindicaciones laborales.

En el capitalismo avanzado, las organizaciones sindicales ejercen un

nportante papel en el funcionamiento del sistema económico y, de modo articular, en la fijación de los niveles de retribución. Las reivindicaciones aborales encausadas por los sindicatos, junto con otros factores como los ncrementos de productividad ya mencionados, han dado como el resultado un umento generalizado de los ingresos, lo cual ha permitido a nuevas y amplias apas de población acceder a la práctica del turismo.

Los determinantes que se citan no se presentan, en muchos casos, omo independientes, sino relacionados entre sí. Así, por ejemplo, las eivindicaciones laborales, y el incremento de la productividad son factores ue se influyen mutuamente, y que dan como resultado una forma conjunta y o por separado; el aumento del tiempo libre y una elevación generalizada de a productividad del trabajo. Así como lo que hemos llamado el **"consumo de nasas"** es algo que ha contribuido poderosamente a la formación de los uatro determinantes del turismo mencionados, pero, al mismo tiempo, puede ambién considerarse consecuencia de estos en un proceso de influencia nutua.[10]

Otro punto a destacar es que las causas que se han apuntado como determinantes del fenómeno turístico no son sólo las cuatro citadas, pues existen un conjunto muy amplio, en el que se podrían incluir la publicidad, el **'efecto imitación"**[11] entre otros. Existen otras que afectan a la oferta y actúan más como condicionantes que como causas, pues si bien no son determinantes en sí, es imprescindible su presencia para que se produzca la actividad turística. Entre estos condicionantes pueden incluirse la existencia de un mínimo orden social en el país anfitrión, cierto nivel de oferta de alojamientos, una red de infraestructuras básica, etc.

En términos globales, es el conjunto de variables que permiten precisar cuantitativamente y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización, es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada atención a la problemática de la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante, denominado turista, con el fin de aumentar las **utilidades netas.**

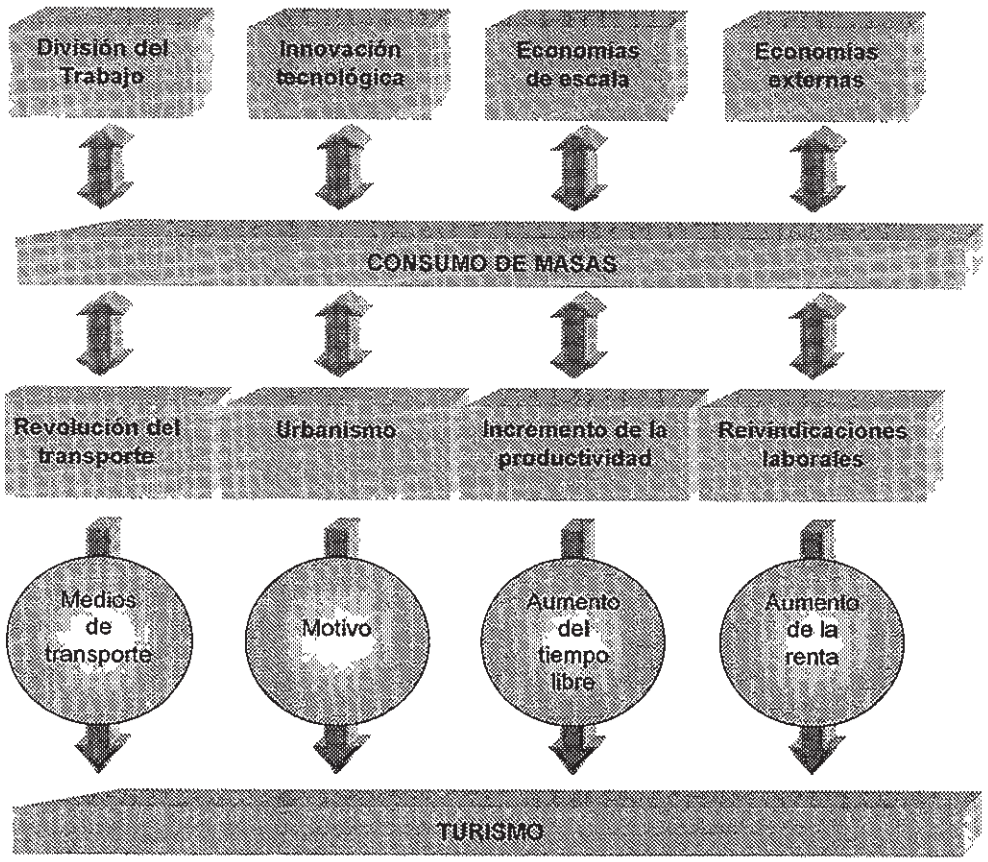
La transferencia del producto turístico estará en función de las necesidades o requerimientos de las diversas categorías de clientes que pudieran considerarse como turistas potenciales en cada mercado, y deberá definir todos los aspectos del producto a ofrecer.

---

[10] Torres Bernier Enrique Enciclopedia práctica de Economía: el turismo y el fomento a la exportación

[11] Efecto Imitación. Acción por lo cual los individuos sustituyen sus hábitos de consumo por otros o en este caso los de los turistas, que consideran mejores que los suyos y que corresponden normalmente con niveles de ingresos altos

DIAGRAMA No. 1
PRINCIPALES DETERMINANTES DE LA FORMA DE TURISMO



El producto es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que se denomina turista.

En la práctica, el producto turístico puede ser visto como una mezcla de atracciones, alojamiento y entretenimientos; es un producto compuesto que le puede ser analizado en función de sus atractivos, de sus facilidades y accesibilidad.

En realidad, los atractivos son los elementos integrantes del producto ue hace que el turista selecciones su lugar de destino y tales elementos son os que generan un mercado masivo, si esos atractivos son de calidad. El tractivo se refiere a todos los lugares, objetos o acontecimientos de interés ırísticos y que nada valen en el mercado si no son puestos en valor y xplotados.

Para ponerlos en valor con el fin de explotarlos se requiere de la isponibilidad mediata o inmediata de una planta e instalaciones turísticas, a ıs que se puede agregar la infraestructura, para conformar todo el conjunto, enominado patrimonio turístico.

La planta turística conforma la estructura de producción del sector ue comprende los servicios turísticos y las instalaciones y equipos ecesarios para producirlos (equipamiento turístico), más los recursos ásicos que motivan aquella producción (atractivos turísticos), así como ara operarlos; una infraestructura ajena a el, consistente principalmente ı los sistemas de transportes y comunicaciones.

3 QUE ES EL TURISMO

Una vez analizados los determinantes del turismo, conviene establecer **ıe se entiende por actividad turística, tanto desde una perspectiva ɔnceptual, académica y rigurosa, como desde otra más operativa con ıa finalidad estadística, mercadológica y sociológica.**

Lo más sorprendente es que el turismo responde a los ímpetus ımanos basta leer el libro de René Duchet "Le tourisme a travers les ages sa ace dans la vie moderne" o el de Giuliana Mariott: "Storia del Turismo" para mar consciencia de la extensión del panorama en que se ha movido el smo fenómeno a través del tiempo y sólo como una apariencia de novedad ha rebelado en el vocablo. El 1938 aparecen las "Memorias de un turista", r Stlendhal, resucitando una palabra francesa **Tour que** a la vez significa **aje circular**, "La Tour du-monde" de Julio Verne; el Circuito ciclista "Tour de ance", la acción de salir del paseo "" Faire un tour au bois", dar una vuelta. la vieja acepción inglesa que aparece como indicadora. Y es la española e aún se emplea en América de una gira, excursión o paseo en Europa, sin ıbargó, la palabra estaba ya en el diccionario de Littre "Viajero que recorre país extranjero por curiosidad o por agrado y eso aun antes de tomar carta naturalización en la lengua inglesa".

Oscar de la Torre Padilla define al turismo como **"un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.**

El banco de México define al turista como: **La persona que visita temporalmente un país distinto al de su residencia habitual, comprendiendo tanto a los extranjeros como a los nacionales no residentes en su país de origen, por cualquiera de los siguientes motivos:**

- Recreo, descanso, razones de familia o motivos de salud.
- Asistencia a convenciones o reuniones de toda clase: científicas, administrativas, religiosas o deportivas.
- Negocios; en tránsito cuando permanezcan por lo menos 24 horas en el país.

Quedan excluidos del concepto TURISTA los tipos de viajeros siguientes:

- Los visitantes que permanezcan en las poblaciones fronterizas sin salir de los límites de ellas.
- Las personas que llegan con o sin contrato de trabajo a desempeñar un empleo, ejercer una profesión o residir en el país.
- Diplomáticos, estudiantes becados por entidades residentes en el país.
- Visitantes en tránsito de permanencia menor de 24 horas.

El turismo es un fenómeno complejo cuya naturaleza no se circunscribe a una sola manifestación, sino que requiere de una acercamiento a los diferentes aspectos que lo conforman: sociales, culturales, políticos, geográficos y económicos, por lo cual su conocimiento y mediación exige de un esfuerzo conceptual que refleje y sintetice los diversos aspectos de su naturaleza y permita interpretar las varias manifestaciones e implicaciones para el conjunto social,.

A pesar de las múltiples versiones en que **el turismo** se manifiesta, **podemos definirlo como una actividad humana libre, de marcado carácter económico, mediante la cual los hombres se desplazan esporádica y habitualmente de sus zonas de residencia, de una forma masiva y normalmente sincrónica, a otras zonas diferentes, con un motivo primordial de diversión, descanso y placer, disfrutando así del**

tiempo libre que esta actividad viene a cubrir. Lo anterior no es solo una necesidad académica, sino para dimensionar e identificar las posibilidades reales de intervenir en el, con el objeto de darle lugar en el proceso de desarrollo nacional.

Junto a este tipo de definiciones, encontramos otras de carácter estadístico, mercadológico y sociológico.

Respecto a la primera, destinada a cuantificar la intensidad de las corrientes turísticas representadas por los flujos de viajeros interfronteras. En la elaboración de estas definiciones han tenido un papel fundamental los organismos internacionales. Se ha tomado como buena la definición de la organización mundial del turismo, elaborada con el propósito fundamental de unificar criterios para la elaboración de las estadísticas turísticas internacionales de movimiento e ingresos por turismo. La definición de la OMT establece que: **"Turista Internacional es el visitante que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no más de un año en el país visitado y cuyo principal motivo puede ser de placer, profesión y otros de carácter turístico.**

Esta definición, junto con la de **visitante internacional**, al que se define como: **Toda aquella persona que visita un país diferente de aquel en el que tiene su residencia habitual por un año o menos, y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad remunerada en el país visitado, incluyendo a turistas internacionales y excursionistas,** (quien permanece menos de veinticuatro horas), han sido en términos generales las que han orientado el trabajo de medición de las actividades relacionadas con el turismo.

Sin embargo las definiciones de la OMT, no resuelven las diferencias entre las distintas manifestaciones del fenómeno turístico, siendo el caso de México un ejemplo de esto.

En efecto, si en México se contabilizara al turismo como lo plantea la OMT, resultaría que el volumen de turistas internacionales que recibe el país casi se triplica, es decir, que en lugar de los 9.8 millones de turistas que llegaron a México en 1997, se hablaría de 29.4 millones con los consecuentes impactos que ello significa, incluyendo la medición del turismo interno.

El segundo tipo de definiciones se encuentra en los trabajos orientados a la comercialización del turismo. En ellos se plantea al turismo como un problema de demanda de servicios para el viaje. En este enfoque, la cuantificación se realiza en relación al uso de los servicios, por lo que se

excluyen diversas manifestaciones del fenómeno del turismo, desemboca en un tratamiento parcial de la problemática que el viaje, turístico no implica en el contexto social, económico, político, ecológicamente y cultural.

El análisis sociológico y antropológico, plantea al turismo relacionado con el ocio y el tiempo libre como razón de ser del turismo, diferenciándolo de sus manifestaciones. Los trabajos realizados en el campo de las ciencias sociales presentan también un amplio efecto de enfoques, que van desde la crítica radical al turismo por su carácter alentador y transculturador, hasta la identificación de éste como un síntoma de la nueva sociedad "la villa global".

Como primera conclusión, el conocimiento del turismo no obstante ser un tema complejo e inclusive conflictivo, no se puede soslayar en el momento de inducir y utilizar sus manifestaciones como elemento del desarrollo del país la falta de explicaciones, tiene como consecuencia una menor capacidad de enfrentar los retos que implica su fomento; **así el turismo podemos caracterizarlo como una calidad emergente del proceso evolutivo de la humanidad, visto desde una perspectiva política, social, económica y física donde el turismo existe.**

El turismo está conformado por tres grandes mercados: turismo receptivo, turismo nacional o interno y el turismo egresivo.

A.- TURISMO RECEPTIVO

El turismo receptivo esta integrado, en términos generales, por los turistas que llegan a los países y que tienen fijada su residencia en el exterior y que permanecen en el sitio visitado por más de 24 horas.

El turismo receptivo es generador de magníficos ingresos, provenientes de la venta de bienes y servicios, en su mayoría ya disponibles en mayor o menor escala por cada uno de ellos.

En 1994 el turismo receptivo provocó una demanda económica de 335.8 mil millones de dólares, sin incluir el pago correspondiente al transporte internacional. Estos altos ingresos para los países, correspondieron a 539.4 millones de personas distribuidas por regiones, según se muestra en las tablas siguientes:

Tabla N° 1.
Llegada de turistas por continente.

REGIONES	NUM. DE TURISTAS (MILLONES)	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
MUNDO	531.4	100
AFRICA	18.3	3.5
CONTINENTE AMERICANO	106.5	20.0
ASIA ORIENTAL Y EL PACÍFICO	74.6	14.0
ASIA MERIDIONAL	3.7	0.7
EUROPA	320.1	60.2
ORIENTE MEDIO	8.2	1.6
TOTAL	531.4	100

FUENTE: Organización Mundial del Turismo.

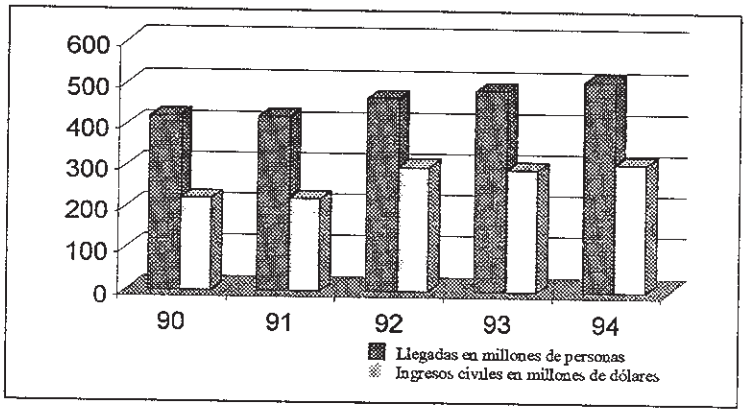
Para poder apreciar la evolución y participación de cada región el movimiento total en términos absolutos se puede apreciar en el la tabla N° 2; todas las regiones presentaron incrementos de 1990 a 1994.

Tabla 2.
Llegadas de turistas por regiones.
1990- 1994
(Millones)

REGIONES	1990	1991	1992	1993	1994
MUNDO	455.8	463.1	502.9	512.5	531.4
AFRICA	15.1	16.0	17.8	18.4	18.3
CONT. AMERICANO	93.7	96.9	103.7	104.2	106.5
ASIA ORIENTAL Y EL PACIFICO	53.1	54.9	62.7	69.6	74.6
ASIA MERIDIONAL	3.2	3.3	3.5	3.5	3.7
EUROPA	283.2	285.0	306.6	308.2	320.1
ORIENTE MEDIO	76	7.0	8.6	8.7	8.2

UENTE: Organización Mundial del Turismo.

Tabla N° 3
Llegadas e ingresos por turismo en el mundo, 90-94



FUENTE: Organización Mundial del Turismo

Tabla N° 4.
Llegadas de turistas por regiones.
1990-1994
(Porcentajes)

REGIONES	1990	1991	1992	1993	1994
MUNDO	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
AFRICA	3.3	3.5	3.5	3.6	3.4
CONT. AMERICANO	20.6	20.9	20.6	20.3	20.1
ASIA ORIENTAL Y EL PACÍFICO	11.6	11.9	12.5	13.6	14.1
ASIA MERIDIONAL	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7
EUROPA	62.1	61.5	61.0	60.1	60.2
ORIENTE MEDIO	1.7	1.5	1.7	1.7	1.5

FUENTE: Elaboración propia a partir de programa de desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, México 1996.

Un gran porcentaje del turismo mundial, más del 70% se presenta a nivel regional. Se espera que los flujos intraregionales seguirán representando poco más de las tres cuartas partes del total mundial hasta el año 2010 (77% en el año 2000 y 26% en el año 2010).[12]

Además, se presenta un mayor nivel de concentración en los países desarrollados del hemisferio norte, localizados particularmente en Europa y América Septentrional.

Este crecimiento de los flujos turísticos y el proceso de reestructuración internacional, está obligando a los productores y prestadores de servicios turísticos en todo el mundo a enfrentar una competencia cada vez más intensa y a adaptar a los cambios la incorporación de nuevas tecnologías, encarnando el reto de satisfacer a consumidores más exigentes.

Muchos países han emprendido grandes esfuerzos para aumentar su capacidad competitiva, en el contexto de estrategias orientadas a agregar valor a sus productos y aumentar su diferencia, de acuerdo a premisas de sustentabilidad de sus recursos.

Europa continúa siendo la región con mayor actividad turística, aunque ha descendido su participación en el mercado mundial, en 1994 captó el 60.2% del total de llegadas de turistas extranjeros, 1.9 por ciento menos que en 1990. En cuanto a los ingresos por turismo internacional pasó de percibir el 53 8% del total en 1990 a 50.3% en 1994.

El continente Americano, ocupa el segundo lugar en la captación del turista internacional. En 1994 captó el 20% del total mundial, porcentaje ligeramente inferior al de 1990 (20.60%); es de notar que en la captación de ingresos por turismo internacional registró un incremento en su participación mundial al pasar de 26.6% en 1990 al 28.4% en 1994 de 1990 a 1994 la tasa de crecimiento anual en captación de turistas fue de 3 3 %.

La región de Asia Oriental Pacífico observó el más rápido crecimiento en el turismo mundial de los últimos diez años al incrementar sus flujos de 53.1 millones en 1990 a 74.6 millones en 1994, lo que significó una tasa de crecimiento de 8.9% promedio anual.

[12] Proyección establecida por el programa de desarrollo del sector turismo 1995-2000 del poder Ejecutivo Federal

La participación del resto de las regiones ha sido marginal y prácticamente sin cambio tanto en la captación de turistas como esta de divisas.

Tabla N° 5
Ingresos Turísticos Internacionales por región
1996-1994
Miles de millones de $ EE. UU.

REGIONES	1990	1991	1992	1993	1994
MUNDO	261.0	267.5	30.5	307.4	335.8
AFRICA	5.2	5.0	5.9	5.8	6.3
AMERICAS	69.5	76.7	84.5	90.3	95.5
ASIA ORIENTAL Y PACIFICO	38.8	40.1	46.6	51.7	54.0
ASIA MERIDIONAL	2.0	2.0	2.0	2.2	2.4
EUROPA	140.4	139.4	160.5	153.1	168.4
ORIENTE MEDIO	5.1	4.3	5.4	4.2	5.7

UENTE: Organización Mundial del Turismo.

En 1994 los países americanos con mayor participación en la captación ɜ visitantes fueron Estados Unidos, México y Canadá que participaron con ɜ.2%. el Caribe con el 12.8% Centroamérica con el 2.2%.

En materia de ingresos de divisas, América del norte participó con el ɜ.3% del total, el caribe con el 12.1%, América del sur con el 10.1% y ɜntroamérica con el 1.5% el gasto promedio por turista en la región muestra ı comportamiento heterogéneo, en 1994 América del Norte captó en ɔmedio 934 dólares por cada visitante, la región del Caribe 847 dólares nérica del sur 772 dólares y América Central 599.

La evolución del turismo internacional en el grupo de países que forman parte de la zona del tratado del libre comercio de América del Norte mostraron una tasa de crecimiento anual media del 5% durante el periodo de 1985, 1994.[13]

El flujo de turistas que visitan el Caribe se concentra básicamente en ocho países: Puerto Rico, República Dominicana, Bahamas, Jamaica, Cuba, San Martín, Aruba y México.

Entre 1991 y 1994 las tasas de crecimiento mas altas en esta región fueron para: Cuba (12.9%)San Eustaquio (12.4%) Guadalupe (8.1%) Bonaire (7.6%), Montserrat (7.3%) y México (Cancún y Cozumel (2.1%).

En América del sur, los países más importantes en la captación de turistas son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Uruguay, que participaron con el 9.8% del total de las llegadas al continente en 1994. La mayor tasa de crecimiento de llegadas en el periodo 1991-1994 le correspondió a Guyana (13.9%) seguido por Uruguay (12.9%) y Ecuador (9.7%).

En la década de los sesenta, se registra el inicio de lo que se ha identificado como la "*modernización*" del turismo, en esta etapa se establecieron las bases para lo que hoy conocemos como modelo turístico mexicano, cuyo crecimiento a la fecha ha sido relativamente estable, salvo en los años de 1975-76 y 1981-82, periodos que coinciden con crisis económicas y cambios de gobierno.

En 1997 el 88.0% del turismo receptivo proviene de Estados Unidos; existe un estrecha interrelación entre el comportamiento del turismo receptivo en México, con el desarrollo de dicho país y la percepción que tienen de México. En el análisis de la evolución del turismo receptivo destaca el cambio estructural sufrido o en el uso del medio de transporte, pues hasta 1975 más del 55% del turismo se internaba al país por vía terrestre y a partir de 1977 las proporciones se invierten, registrándose para 1988 que la participación del turismo que se interna por vía aérea representaba el 64% del total y en 1997 correspondió al 71.2% del total.

Esta variable es importante en el análisis del impacto del turismo y de las posibilidades que significa hacia el futuro. Ya que por un lado, favorece el acceso por vía aérea a centros de playa y la marginación de los centros y rutas turísticas tradicionales del interior, a la vez que limita las posibilidades de hacer crecer el número de turistas procedentes de Estados Unidos a México.

[13] Programa de desarrollo del sector turístico 1995-200 pag. 9

Históricamente, el mercado más importante para el turismo receptivo de México, ha sido el proveniente de los Estados Unidos el cual redujo su tasa de crecimiento anual durante el periodo 1990-1993 a 1.9% en comparación con la registrada de 1985-1990 que fue de 9.6%.

Además de la disminución en la participación relativa del mercado estadounidense hacia México del 87.6% en 1990 al 84.4 en 1994 sus flujos turísticos han modificado su estructura, el turismo receptivo estadounidense anglosajón inició un estancamiento a partir de 1988, cuando visitaron México mas de 4 millones de turistas, cantidad similar a la de 1994 (4.0 millones sin considerar el turismo fronterizo).

Por el contrario, los visitantes de origen latinoamericano provenientes de Estados Unidos, fundamentalmente mexicanos residentes en ese país, han mostrado un crecimiento dinámico ya que entre 1988 y 1994 casi se duplicaron al llegar a más de 1.8 millones, así mismo su gasto en la misma tendencia se incremento.

Tabla N° 6
Turismo receptivo a México
Procedente de E.E.U.U.
(Personas)

AÑO	ORIGEN MEXICANO	ANGLOSAJONES
1988	994,910	4,071,715
1989	1, 243,661	4,141,673
1990	1, 453,659	4,143,988
1991	1, 410,929	3,935,490
1992	1, 555,558	3,764,385
1993	1, 706,377	3,763,329
1994	1, 830,737	4,044,594

FUENTE: Banco de México.

Los destinos turísticos más visitados por los extranjeros fueron en orden de importancia: Cancún, el Distrito Federal, Puerto Vallarta, Acapulco, Los Cabos, Cozumel, Tijuana, Mazatlán, Guadalajara, Mérida, Monterrey, Ixtapa-Zihuatanejo, Oaxaca, Ciudad Juárez y Taxco. En ellos se concentró el 89.2% de los visitantes extranjeros.

En general el gasto promedio por turista se incrementó de 229.0 dólares en 1990 a 282.5 dólares en 1994. Considerando el tiempo de estancia, el gasto del turismo receptivo (al interior o con estancia mayor a 72 horas), pasó de 532.0 dólares en 1990 a 596.3 dólares en 1994 y de los turistas fronterizos pasó de 49.4 dólares a 59.7 dólares en el mismo lapso.

Por otro lado al analizar el comportamiento de los patrones de viaje de vacaciones de los estadounidenses en su país, se observa que el 77% lo hace en automóviles lo que significa que, no obstante el desarrollo de la aviación, existen una gama muy diversa de preferencias para la realización de viaje vacacional. Asimismo solo el 7% de la población realiza viajes al extranjero, por lo cual una posibilidad de incrementar los flujos turísticos de ese país a México, esta en el segmento carretero.

El turismo receptivo, desde el punto de vista de la permanencia, tiene gran importancia para la determinación de la clase de proyecto turístico que se debe formular, para lo cual es fundamental efectuar su análisis por rangos, con el objeto de formular e identificar el proyecto a realizar.

Deben establecerse al comienzo tres grandes rangos, obtenidos de la experiencia de numerosos estudios en América Latina y el Caribe.
a) De más de 24 horas a 10 días.
b) De 11 días a 25 días.
c) De 26 días a 90 días.

Después de los 90 días, los proyectos turísticos tienen una rentabilidad sumamente baja, tal como se explica a continuación.

Los visitantes que permanecen entre 24 horas y 10 días, efectúan el mayor gasto. En realidad, las investigaciones reflejan que se alojan en buenos hoteles; se alimentan en restaurantes de categoría, utilizan el taxi para su movilización interna, se inscriben en tours de agencias de viajes, se divierten en establecimientos de lujo, asisten a lugares folklóricos, dan buenas propinas, realizan compras de artesanías y de artículos que no encuentran en sus países o que, si existen, son más caros. **El gasto de estos visitantes asciende notablemente por obra y gracia de comerciantes y prestadores de servicios turísticos que en forma abusiva les aumentan los precios.** En resumen, este grupo adopta un comportamiento de consumo muy amplio, debido al corto tiempo de permanencia que quieren aprovechar al máximo.

Los turistas cuya permanencia es entre 11 y 25 días, las investigaciones señalan que su gasto promedio diario es menor al del grupo anterior, por cuanto se alojan en hoteles de precios más bajos; se alimentan en

restaurantes de menor categoría, utilizan el transporte urbano, asisten a lugares de esparcimiento menos costosos, compran las artesanías en los lugares de fabricación.

Los turistas que vienen con la intención de permanencia entre 26 a 90 días utilizan casas arrendadas; departamentos o similares, a precios mucho más bajos que el de los hoteles y en donde pueden preparar sus alimentos y disponer de bebidas y licores para su consumo. Según las investigaciones efectuadas por el sistema de encuesta, un buen porcentaje de ellos llega a casas de amigos o de familiares. Las diversiones las efectúan en menor escala, pues en muchos casos son visitantes que vienen con cierta frecuencia al país, motivo por el cual ya lo conocen.

Después de los 90 días que es la permanencia legal de los turistas en muchos países, los extranjeros que se internan a los países se incorporan al mercado de trabajo, compitiendo en oportunidades con los nacionales.

Los promedios de permanencia de los turistas en los países latinoamericanos se encuentran entre 2 y 20 días, o sea, que un límite de 90 días es un periodo más que suficiente.

Se deduce la importancia que tiene la clasificación en grupos generales de permanencia, como variables que ayudan en la orientación de la clase de equipamiento turístico que se debe instalar de acuerdo a la capacidad económica del visitante.

A modo de ejemplo, se podría plantear que el grupo de 24 horas a 10 días, serían un mercado para hoteles de 4 a 5 estrellas, por su mayor gasto, que el de 1 a 25 días para establecimientos de 2 a 3 estrellas, y el de 25 a 20 días que es el de menor gasto, para hoteles de una estrella y residenciales. Los intervalos se amplían de acuerdo con las necesidades del análisis, si se observa que el intervalo de más de 24 horas a 10 días es mayor que los dos restantes, como ocurre en la práctica en este caso el intervalo se subdivide en otros más pequeños, con el fin de descubrir el subrango más importante de permanencia y consecuentemente el promedio de estancia por turista, su gasto diario y el gasto total durante el periodo de la visita.

5.- TURISMO NACIONAL O INTERNO

En el caso del turismo nacional hay que distinguir los siguientes tipos fundamentales:

- Turismo de fines de semana
- Turismo de feriados o puentes

- Turismo en vacaciones principales o escolares
- Turismo egresivo o de los residentes en el exterior

Entre las características fundamentales de los tres tipos de turismo interno hay que destacar las siguientes:

- El turismo de fin de semana se caracteriza porque la demanda del viaje es esencialmente urbana y familiar, la utilización del automóvil como medio de transporte, el predominio del alojamiento en casas de familiares y amigos, la proximidad de los lugares visitados, dada la estancia reducida del viaje y, además, por generar un gasto por persona relativamente pequeño, pero frecuentemente o repetitivo a lo largo del año.

- El turismo de puentes o feriados, presenta características semejantes a la del turismo de fin de semana, con la diferencia de su mayor estadía y desplazamiento a mayor distancia del lugar de residencia habitual.

- Las vacaciones principales o escolares, se caracterizan por tasas relativamente reducidas, tienen el carácter familiar del viaje, estancias elevadas o vacacionales, utilización del automóvil como medio de transporte, predominio de alojamiento no comercial, en casas de familiares y amigos y segunda residencia, con gasto por persona y día de tipo medio y modesto.

- La potenciación del turismo interno constituye una política prioritaria en la mayoría de los países, especialmente a partir de la crisis económica, tanto por el papel y funciones que juegan en la estrategia de desarrollo turístico como complemento de la demanda internacional, como instrumento de integración y comunicación entre las distintas regiones, especialmente en países con cierta heterogeneidad cultural y como medio de reducir o frenar el crecimiento del gasto turístico. Este último aspecto es, por ejemplo, importante en el caso de los países iberoamericanos, dada la devaluación de sus monedas respecto al dólar y la necesidad, en determinadas clases sociales, de sustituir el turismo internacional hacia los Estados Unidos de América por visitas dentro del país.

El turismo nacional o interno se mide a partir de la demanda de lojamiento en hoteles, por lo que los datos oficiales no son necesariamente epresentantes del conjunto de viajeros nacionales con fines turísticos, así omo tampoco las diferentes modalidades de estos viajes.

Las cifras del turismo nacional indican que en 1987 se hospedaron en hoteles 33.7 millones de mexicanos, sin embargo las estadísticas no permiten analizar el índice de repetitividad del viaje, es decir cuantos viajes realiza la misma persona durante el año.

Por otro lado, es importante destacar el hecho de que más de la mitad de los nacionales que se hospedan en hoteles lo hacen en ciudades pequeñas y medias no consideradas como turísticas en el sentido convencional, **por lo que se puede adelantar la hipótesis de que el movimiento de la hotelería en estas ciudades está más ligado a la dinámica de sus actividades comerciales, que al crecimiento de turismo.**

Al respecto, el análisis de la ocupación hotelera y el origen de los huéspedes indican una tendencia a la concentración del turismo en los centros de playa que a la vez presentan mayores índices de ocupación.

En México, la industria turística es un elemento fundamental en la creación de empleos, se calcula que contribuye con el 9% del total de la planta de empleo, alrededor de 600 mil empleos directos y del millón 500 mil indirectos de acuerdo con las cifras del XI censo de población y vivienda, las actividades relacionadas con las ramas de restaurantes y hoteles participan con el 3.3% de la población ocupada, a la cual habrá que agregar las que se realizan en otras actividades, sin embargo, dicha contribución adquiere mayor relevancia en la medida en que se analiza la dimensión regional del fenómeno, pues la participación en las economías regionales y locales han alcanzando más del 70% en casos como el Estado de Quintana Roo, donde se encuentra ubicado Cancún.

Tabla N° 7
Visitantes nacionales a centros turísticos seleccionados, 1990-1995
(Miles de personas)

CENTROS TURÍSTICOS	1990	991	1992	1993	994	1995
TOTAL NTEGRALMENTE LANEADOS	17,295 675	17, 272 834	17, 178 910	16, 321 910	16, 918 916	18,095 906
RADICIONALES	3,387	3, 683	3,802	3, 947	4, 174	4, 075
RANDES CIUDADES	4,478	4, 326	4,031	3, 768	3, 919	6, 304
ENTROS TURISTICO EL INTERIOR	8, 755	8, 429	8, 435	7, 696	7, 909	6, 810

UENTE: Unidad de Política Turística, Sectur.

Durante 1995, el 60.3% de la actividad hotelera nacional en centros turísticos seleccionados se sostuvo con el mercado interno.

De acuerdo a los resultados de la encuesta nacional de turismo en hogares realizada por INEGI-Sectur, durante 1994, se realizaron 137.0 millones de viajes persona con estancias de más de 24 horas a través o el país y 250.6 millones de viajes de un sólo día (desplazamiento por excursionista) el gasto promedio por viajes fue de $ 1,379.2 pesos por grupo y el gasto por persona fue de $388.5.

Las principales características de las corrientes turísticas nacionales son:

65.9% de los turistas viajaron con su familia.
21.12% viajaron solos.
5.3% lo hicieron con amigos.

En viajes con pernocta, 58.6% utilizaron el autobús como medio de transporte, 35.40% el automóvil y 6.0% el avión.

En relación al lugar de hospedaje, 63.2% lo realizó en casa de familiares amigos, 22.5% en hoteles y moteles, y el 14.3% utilizó otra clase de alojamiento como apartamentos, casas, campamentos, trailer park y tiempos compartidos.

No obstante estas cifras, se ha demostrado que las diferentes actividades vinculadas con el turismo tienen en realidad una mayor aportación a la economía en tanto que existen diversas actividades relacionadas con el que no son medidas en los indicadores referidos.

Este hecho implica que las posibles contribuciones del turismo al desarrollo nacional son mayores que las del análisis avión hotel-playa. Una visión conceptual que permita captar esta información es indispensable para dimensionar su papel en la economía actual y futura.

TURISMO EGRESIVO

Las encuestas sobre el turismo egresivo de nacionales en el extranjero presentan dos alternativas metodológicas: investigación en puntos fronterizos, de forma semejante a la demanda internacional, pero en el momento en que el turismo entra en el país; o investigación en los hogares, generalmente y al mismo tiempo se realiza la encuesta sobre el turismo interno.

Este tipo de Turismo se caracteriza por ser todavía un turismo de carácter familiar relativamente minoritario (familias que salen al exterior), realizado por las clases media alta y alta, que utilizan tipos de alojamiento comercial, con estadía relativamente alta y gasto por persona y día elevado.

El turismo egresivo,[14] en 1995 fue de 107,257 millones de mexicanos que visitaron el extranjero, de los cuales el 91.8% correspondió a excursionistas fronterizos[15], el resto, 8.2% permanecieron en el exterior una o más noches. El total del gasto de turismo egresivo para 1995 fue de 1,024 millones de dólares.

Tabla N° 8
Número y gasto de turismo egresivo
1990-1995

AÑOS	MILES DE PERSONAS	GASTO (MILLONES DE DÓLARES)
1990	4321.1	1936.5
1991	4172.9	1878.5
1992	4678.0	2079.4
1993	4777.8	2071.9
1994	5047.3	1949.6
1995	3703.0	1024.0

FUENTE: Unidad de Política Turística, Sectur.

En conclusión el turismo ha sido considerado como un factor de desarrollo, en virtud de sus posibles efectos económicos, así como, se le ha asignado una tarea relevante en el esfuerzo de integración nacional mediante el mutuo conocimiento e identificación entre los nacionales y sus particulares realidades, pues es justificado con base a argumentos poco sólidos y no necesariamente comprobados, lo que ha conducido a numerosos países a experimentar errores sumamente costosos dentro de sus ámbitos cultural, económico y social.

Por lo que al referirse a su marco de referencia inmediato: **el tiempo libre**. El turismo se encuentra indisolublemente ligado ha dicho concepto; luego, no se puede estudiar aisladamente. El tiempo libre es una realidad y un concepto que, generalizadamente, nace durante el siglo XIX, en los paises

[14] Turismo Egresivo: Son los residentes del país que viajan fuera del mismo.
[15] Excursionistas Frontenzos: son visitantes que permanecen fuera del país de destino menos de 24 horas.

desarrollados del orbe, y significa el resultado de las conquistas laborales de los sectores medio y bajo de la población, que lo utiliza de la manera que estima más conveniente, de acuerdo a sus intereses personales; el tiempo libre representa una oportunidad para la autorealización, la vivencia trascendental y la plenitud el que al realizarlo en distintas dimensiones espacio-tiempo-realidad se llega a la **recreación**. Así **el turismo y la recreación constituyen actividades de ocio,** el que en calidad de turismo o de recreación, tendrá un efecto benéfico para su medio social, económico, físico y cultural. Además de satisfacer las necesidades individuales.

1.4 Conformación de los Mercados Turísticos

El turismo ha sido concebido como un factor de desarrollo, que esta muy ligado al tiempo libre, como una realidad y un concepto que, su importancia radica en el hecho de que otorga a las personas la posibilidad de desarrollar sus potencialidades más allá de lo que marca su trabajo, su familia y su grupo social, sin embargo, en virtud de la deficiente conceptualización del tiempo libre en los países como México, solo las actividades turísticas han sido indentificadas con mayor detalle, gracias a su relevancia en el plano económico.

La recuperación económica de los países desarrollados que fueron afectados por la Segunda Guerra Mundial, trajo consigo la aparición de numerosas actividades de uso del tiempo libre. Fundamentalmente en Europa, además de las personas provenientes de sitios ya conocidos empezaron a acudir extranjeros en números crecientes, en particular de estadounidenses.

Estados Unidos de América, como vencedor del conflicto vio sus ingresos incrementados de forma considerable, en relación con los demás países. Este hecho fue apoyado por la posterior integración de las economías periféricas a la suya.

El tiempo libre se puede emplear en una amplia gama de actividades deportivas, estéticas, contemplativas, de juegos y otros. Ahora bien, el desarrollo de actividades en el uso del tiempo libre se realiza en distintas dimensiones espacio-tiempo, a saber:

1. Dentro de la localidad en que se reside, ocupando un periodo inferior a las 24 horas.
2. Dentro de la localidad en que se reside, ocupando un periodo mayor a las 24 horas.

3. Fuera de la localidad en que se reside, ocupando un periodo inferior a las 24 horas.

4. Fuera de la localidad en que se reside, ocupando un periodo mayor a las 24 horas.

En las tres primeras dimensiones, el espacio tiempo se les denomina, convencionalmente recreación.

En términos generales, **existe un momento en que el grupo social ve transformado su marco cultural por circunstancias económicas** (mayor ingreso), **sociales** (aumento del tiempo libre) **o políticas** (más libertad de expresión).**A este contexto Sergio Molina E. y Sergio Rodríguez Abitia le denominan 1. causas.**

Estos cambios al ser percibidos e integrados por el individuo a su cultura personal, la cual está constituida por **el conjunto de hábitos, valores y costumbres que determinan su forma de vida le denominan, 2. Cultura individual.**

Una vez asimilados los cambios e incorporados a la propia personalidad, cada hombre genera una respuesta que se traduce en las actitudes antes mencionadas a lo cual denominaron; 3. Personalidad.

Existen dos actitudes básicas del hombre ante el tiempo libre, actitudes que, de hecho, caracterizan el uso del tiempo libre **4 Actitudes.**

Por una parte, existen individuos que, fuera de sus obligaciones habituales, están capacitados y con la disposición de fuerzas, para continuar produciendo, que les permitan divertirse saliendo de la rutina o que desarrollen habilidades intelectuales y manuales, de manera informal o formal las cuales fortalecen su individualidad. Las personas que ejercen este tipo de actividades (descanso, diversión y desarrollo personal) "practican" el ocio.[16]

El ocio, actitud creadora, le permite al hombre fortalecerse y acceder a niveles superiores de bienestar espiritual, con el consecuente efecto sobre los requerimientos de tipo material.

Por otra parte, existen personas que dedican su tiempo libre a actividades que, lejos de llevarlos hacia estados cualitativamente superiores

[16] González Llaca, Edmundo Alternativas del ocio, Fondo de Cultura Económica, México, 1975 y citado por Sergio Molina. anificación Internacional del Turismo pag.35

de bienestar, los llevan en sentido contrario, resultando de ello una actitud que se califica como **5. evasión.**

Así, el turismo y la recreación constituyen dimensiones espacio-tiempo, en la que el hombre "Practica el ocio[17] ya sea en calidad de turismo[18] o ya de recreación[19] su actividad tendrá un efecto benéfico para su medio social, económico, físico y cultural. Además de satisfacer las necesidades individuales, el ocio enriquece, como marco fenomenológico, la experiencia turística o recreativa de todos los que se relacionan, directamente con ella; ha esta dimensión le denominaron **6 efectos que llevan al estado de cosas "X".**

En caso contrario, la evasión mediante alguna de las formas de uso del tiempo libre, ya señaladas, provoca efectos diametralmente o puestos en todo os planos de la actividad humana y le denominaron **7 Efectos al estado de cosas "Y".**

La naturaleza de los efectos derivados del uso tiempo libre, en cualquiera de sus formas, depende fundamentalmente de la actitud con que se desarrollen, ahora bien, dicha actitud esta influenciada por la manera en que se percibe la realidad y por cuestiones relativas a la personalidad de los ndividuos. Influyen en la forma de percibir los fenómenos y los hechos, la ormación de la personalidad, las instituciones sociales, en primer término, y as entidades públicas y privadas que conforman la estructura productiva y ectoría de la actividad nacional, en segundo lugar.

Dicha estructura es capaz de provocar diferentes respuestas ante el iempo libre, pero dentro de un marco más o menos conocido gracias a la **8. producción de servicios**. Por medio de la comercialización (instrumento que ha empleado para reproducir y reforzar patrones de comportamiento ropios de una sociedad industrial) se fomenta la evasión mediante el canal de consumismo. **9. Marketing**,[20] mientras que el ocio puede promoverse con la educación formal e informal **10. Educación.**

---

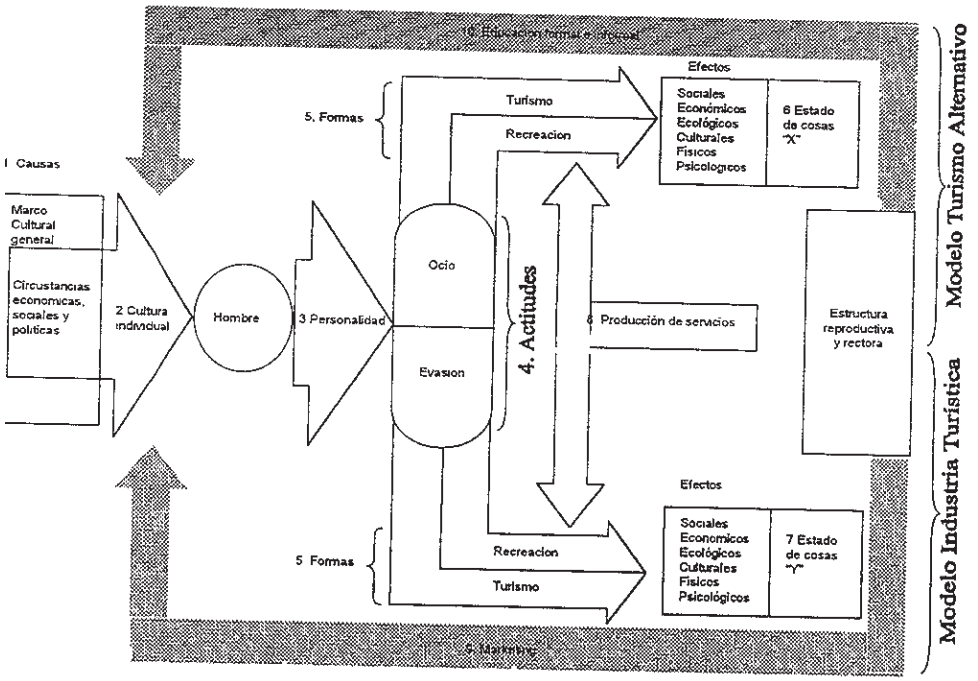
[17] Ocio, definido por el diccionario KAPELUS, de la Lengua Española, Madrid , 1980 (Segunda Reimpresión) pag.1050, omo estado de la persona que no trabaja Situación transitoria del que no esta trabajando en su ocupación habitual.

[18] Ibid. Turismo.- Acción de viajar por placer. Organización de los medios consecuentes a facilitar esos viajes y actividad lacionada con ellos

[19] Ibid Recreación - Acción y efecto de diversión, hacer pasar el tiempo en forma agradable

[20] MÁRKETING: COMERCIALIZACIÓN. En términos generales necesarios para hacer los bienes, el espacio y en el tiempo el productor al consumidor

DIAGRAMA 2.
PROCESO DE UTILIZACIÓN DEL TIEMPO LIBRE.



FUENTE: Sergio Rodríguez Abitia, Dimensión del turismo dentro del marco del tiempo libre "Revista Servicio", núm. 101, México, 1954.

Por lo anterior este, proceso se conoce como transnacionalización del capital estadounidense. Esta estrategia de expansión tuvo como sustento la necesidad de ese país de hacerse presente y controlar de cerca las áreas claves para su seguridad (caso del Caribe), los estadounidenses comenzaron a demandar una serie de servicios, los cuales sólo ellos estaban en capacidad de demandar y de ofrecer. Por su parte, los países pobres se percataron de la presencia, en sus espacios vitales, de extranjeros, especialmente de gran cantidad de estadounidenses dispuestos a conocer y a pagar por bienes y servicios de lo considerado normal.

La idea de que la atención a turistas constituía un excelente negocio, tanto por los servicios que se demandaban como por el gasto en que incurre

el viajero, generó un modelo de evolución del turismo que se ha denominado industria turística, y que hasta hoy no solo subsiste, sino que se ha transformado en un modelo ascendente (un turismo participativo).

El desenvolvimiento de la industria turística se basa en una concepción exclusivamente financiera de esta forma de ocupar el tiempo libre, ya que el objeto es garantizar la rentabilidad de las inversiones.

Ahora bien, el mismo Estados Unidos de América, ha promovido este modelo justificándolo con la posibilidad que otorga a los países en desarrollo (los latinoamericanos, por ejemplo) de obtener los siguientes beneficios:

- Captación de divisas. Función que en países con relativa escasez de capital resulta fundamental para que subsista el aparato productivo

- Generación de empleos. Como una disminución al problema de desempleo y subempleo que aqueja a los países en desarrollo, puesto que la planta industrial ha sido incapaz de absorber el excedente de mano de obra proveniente del campo.

- Redistribución del ingreso. Mediante la canalización de recursos, al gasto turístico, hacia zonas geográficas económicamente débiles.

A pesar de ello, los beneficios mencionados no son palpables por las razones siguientes:

- En primer lugar, la dependencia de los países en desarrollo responde a deficiencias estructurales de su economía. No se trata tanto de las características de un sector (ya sea industrial o turístico, como del modelo, estrategia y nivel de desarrollo).
- En los países en desarrollo la dependencia del sector turístico; en principio, no presenta aspectos negativos más importantes que la dependencia en otros sectores de la economía. El problema es definir el grado de dependencia compatible con el desarrollo económico en cada país.
- En lo que respecta al sector turístico, la dependencia está relacionada con la estrategia elegida. Si se persigue captar una demanda turística internacional de carácter masivo, es obvio que los riesgos de una dependencia exterior son mayores en el país receptor.

Los esfuerzos de gobierno se han encaminado al desarrollo del turismo receptivo, en tanto que las demandas de los flujos internos han sido totalmente desatendidas o pasadas a segundo plano, y la recreación, casi olvidada.

Sin embargo, los beneficios económicos del turismo receptivo no han sido los esperados, ya que la situación de dependencia no lo ha permitido, en relación con ello, a continuación se exponen los mecanismos de dependencia más importantes:

- Dependencia de la demanda exterior y su comercialización, los riesgos se explican, en primer lugar porque las operaciones de pago de servicios entre intermediarios y productores, por concepto de ventas, se realiza en el exterior, así como que el gasto turístico internacional se genera en un número reducido de países emisores o desarrollados. Como más adelante se señala, en 1983 pocos países generaron el 71% del gasto mundial, lo cual hace al desarrollo turístico, en gran parte, dependiente de la prosperidad de los países desarrollados.

El mercado turístico internacional se caracteriza además porque pocos e mportantes agentes (operadores turísticos, cadenas hoteleras y transportistas, undamentalmente) agrupan y controlan la demanda, mientras que los roductores (oferta) son más numerosos, extremadamente dispersos y menos rganizados.

- Dependencia de las importaciones de bienes y servicios. El desarrollo turístico implica generalmente importaciones de bienes y servicios consumidos por los turistas, así como de materias primas y bienes de equipo directa o indirectamente requeridos por el desarrollo del sector turístico, el contenido en importaciones del turismo internacional es mayor en los países en desarrollo que en los desarrollados.

- Dependencia de factores de producción. Los estándares de calidad impuestos por los empresario, de acuerdo con los requerimientos del mercado internacional. Hacen necesaria la contratación de capital y personal calificado del cual no dispone el país, salvo en los niveles operativos. La información a este respecto es muy escasa, si bien algunos organismos internacionales están realizando estudios sobre la incidencia de la participación de las empresas multinacionales en el desarrollo turístico de los países en desarrollo.

El fenómeno turístico ha contribuido a intensificar las vinculaciones económicas entre países desarrollados y en desarrollo, pero de alguna forma diferente a aquellas que son fruto de los intercambios económicos de bienes materiales; de esta manera contribuyen a disminuir el déficit de la balanza comercial de los países en desarrollo y de desarrollo intermedio, y reducen el superávit en favor de los países desarrollados. En este sentido, el turismo constituye un fenómeno equilibrador de los intercambios internacionales.

Sin embargo, este flujo equilibrador a favor de los países menos desarrollados es todavía reducido y existen riesgos de aumentar su dependencia respecto de los países más avanzados. Por ello es necesario ntegrar un sistema turístico conceptual y práctico capaz de atender las necesidades de esparcimiento de las poblaciones nacionales, y de los grupos provenientes del exterior.

La concentración actual de los flujos turísticos y la reducida participación de los países en desarrollo en el flujo turístico internacional ponen de manifiesto los siguientes hechos:

- La mayor parte de los flujos turísticos internacionales se realizan entre los propios países emisores o desarrollados y entre éstos y los propios países con nivel de desarrollo intermedio. Así, los países emisores que en 1983 realizaron aproximadamente, el 71% de los gastos turísticos mundiales recibieron el 59% de los ingresos.

- Además, una parte de esta diferencia se dirige a un numero reducido de países receptores de desarrollo intermedio. Estos países generaron el 3% del gasto turístico mundial y recibieron el 11% de los ingresos mundiales en 1983.

- Aunque los países en desarrollo presentan un saldo global favorable entre ingresos y gastos, este saldo es muy conocido, existen diferencias importantes según países.

- En relación a los países de economía planificada, participan con ingresos y gastos relativamente reducidos dentro del total mundial, obteniendo en conjunto un saldo neto favorable aunque reducido.

La dificultad de efectuar cambios importantes en la distribución mundial e los flujos turísticos, con el objeto de que tenga lugar una mejora en favor de s países en desarrollo, son necesarias decisiones políticas a nivel ternacional que superen el limitado juego de las fuerzas productivas y duzcan la concentración de los flujos turísticos a nivel mundial.

En este sentido, se recomienda integrar al turismo en las negociaciones sobre un nuevo orden económico internacional, que a semejanza de otros intercambios internacionales, la integración del turismo en el nuevo orden económico internacional ha de tener en cuenta los siguientes criterios fundamentales.

- Soberanía de los países receptores sobre los recursos y actividades turísticas, pues no hay que olvidar que los países emisores buscan el uso de recursos turísticos, de alta calidad ecológica al precio más bajo posible mientras que los países receptores corren el riesgo especialmente los menos desarrollados de vender un producto turístico a precio reducido y con riesgo de despilfarro o degradación de recursos escasos.

- Aumento de los flujos turísticos en la medida en que impliquen, para los países receptores, precios estables, remunerados y justos.

- Solidaridad internacional. En este sentido el turismo puede contribuir a reducir las desigualdades en el nivel de vida existentes entre países desarrollados y en desarrollo. Esta solidaridad exige que el desarrollo turístico vaya acompañado de ventajas suplementarias (ayuda financiera, asistencia técnica, entre otros) en favor de los países menos desarrollados.

Los razonamientos anteriores ponen de manifiesto la necesidad de un cierto nivel de desarrollo turístico y el interés de analizar sus funciones.

El carácter prioritario o no del turismo dentro de la estrategia de desarrollo se ha tratado de fundamentar en la serie de indicadores capital/producto, inversión/empleo, etc.) cuya interpretación, no permite obtener conclusiones objetivas dado su carácter parcial. Las dificultades metodológicas y el no incluir aspectos cualitativos relevantes. Por ello, hasta ahora las decisiones sobre el papel asignado dentro de la economía nacional han tenido un soporte fundamentalmente de carácter político.

Aunque los objetivos generales de la política económica son universalmente aceptados, no todos los países conceden un mismo papel al sector turístico dentro de sus planes de desarrollo:

- Los países preferentemente emisores conceden generalmente mayor prioridad al fenómeno turístico como actividad generalmente postindustriales, el turismo constituye una partida cada vez más rígida e importante del consumo de los hogares desde el punto de vista

productivo, sin embargo, el sector turístico, aunque importante, no es un sector generalmente prioritario ni estratégicamente relevante, pues en estos países, su economía es diversificada, con sectores industriales estratégicos, balanza de pagos relativamente saneada y con problema de empleo menos acusados que en el resto de los países.

- Los países preferentemente receptores con nivel de desarrollo intermedio y en desarrollo, conceden prioridad al fenómeno no turístico como actividad productiva. En los países altamente receptores, tanto con nivel de desarrollo intermedio o con nivel de desarrollo reducido, el turismo juega un importante papel en el desarrollo económico general, constituyendo una actividad motriz y diversificadora, generadora de empleo y de exportación importante.

- En cuanto a los países de economía planificada, el turismo presenta características estructurales diferentes desde el punto de vista económico: el consumo turístico presenta un carácter de servicio público y planificado; está estrechamente relacionado con otros servicios como el deporte, cultura y otros; se concede prioridad al turismo dentro del área del Consejo de Asistencia Económica Mutua (COMECON); y en los países preferentemente receptores, juegan un papel relativamente importante en la economía.

La evaluación de los beneficios, costos y riesgos del turismo resulta complejo, dado que no existen instrumentos específicos de análisis para obtener una evaluación integral. Por ello a la fecha el desarrollo turístico ha constituido una decisión fundamentalmente política y es probable que lo siga siendo mientras la ciencia económica no consiga un avance en la mejora de la información estadística y en la elaboración de instrumentos de análisis económicos del turismo.

Por otra parte, esta evaluación a nivel mundial carece de sentido, por las diferencias existentes entre países desde el punto de vista turístico, preferentemente emisor o preferentemente receptor y nivel de desarrollo turístico y porque los países especialmente receptores son heterogéneos desde el punto de vista socioeconómico, y las diferencias en el nivel de desarrollo y en el sistema económico determinan también el papel que tendrá el turismo en la economía.

Por ello se considera una condición necesaria y previa el establecimiento de una tipología de países que mediante grupos relativamente homogéneos, aporte una mayor significación al análisis de

los efectos económicos para lo cual, a continuación se presentan las tablas con indicación sobre los ingresos y gastos turísticos por tipo de país.

Tabla N° 9

Concepto / Países	% Gastos por turismo PIB				%gastos por turismo importaciones de mercancías			
	1979	1980	1981	1982	1979	1980	1981	1982
PAISES DESARROLLADOS								
Canadá	1.2	1.2	1.1	1.1	5.1	5.3	4.8	5.8
U. S. A	0.4	0.4	0.4	0.4	4.2	4.0	4.2	4.9
Australia	1.2	1.2	1.1	1.1	9.3	8.6	7.8	7.7
Japón	0.5	0.4	0.4	0.4	4.4	3.3	3.2	3.1
Nueva Zelanda	2.0	2.2	2.1	2.1	9.5	9.8	9.2	9.7
Reino Unido	1.1	1.3	1.3	1.3	5.2	6.3	6.3	6.4
R. F. De Alemania	2.3	2.5	2.6	2.5	11.1	11.0	10.7	10.4
Australia	4.3	3.7	4.2	4.1	14.6	11.6	13.3	14.0
Bélgica/Lux	2.6	2.6	2.6	2.5	4.9	4.6	4.2	3.8
Dinamarca	2.3	2.4	2.1	2.4	8.3	7.9	7.1	7.8
Francia	0.9	0.9	1.0	1.0	74.8	4.5	4.8	4.5
Italia	0.5	0.5	0.5	0.5	1.9	1.9	1.8	2.0
Holanda	2.6	2.8	2.5	2.5	6.1	6.1	5.3	5.4
Suecia	1.9	1.8	1.9	1.9	7.0	6.7	7.6	6.9
Suiza	2.1	2.3	2.3	2.3	6.9	6.5	6.9	7.7
PAÍSES DE NIVEL DE DESARROLLO INTERMEDIO								
Chipre	2.6	2.7	2.8	3.2	4.5	4.7	4.9	5.5
España	0.5	0.6	0.5	0.6	3.6	3.6	3.1	3.2
Grecia	0.5	0.5	0.7	0.6	2.1	1.8	2.9	2.3
Irlanda	2.9	4.1	3.0	2.9	4.6	6.7	4.8	5.3
Israel	2.3	2.5	2.7	2.7	0.4	0.4	0.4	0.5
Portugal	1.2	1.2	1.0	-	3.7	3.1	2.5	2.7
Turquía	0.1	0.2	0.2	0.2	1.8	1.5	1.2	1.2
PAISES EN DESARROLLO								
Argelia	0.8	0.8	0.9	1.0	2.9	3.2	3.7	4.2
Costa de Marfil	2.4	2.6	2.8	2.4	8.8	9.0	10.0	8.6
Gabón	3.0	2.2	2.9	2.6	16.4	14.2	12.8	12.7
Kenia	0.7	0.6	0.2	0.2	2.5	1.7	0.5	0.7
Marruecos	0.7	0.6	0.6	0.6	2.8	2.3	2.2	1.9
Isla Mauricio	2.1	2.4	1.2	1.2	4.4	4.4	5.9	2.8
Nigeria	0.4	0.9	1.0	0.6	2.6	4.7	3.7	-
Camerún	1.1	1.0	1.0	-	5.4	5.1	5.0	5.8
Senegal	1.5	1.5	2.0	1.6	4.3	4.3	5.8	4.3
Sierra Leona	0.6	0.7	0.4	0.3	1.9	1.9	1.9	1.3
Togo	1.9	2.0	2.3	2.7	3.7	4.0	5.1	-
Túnez	0.8	0.6	0.7	0.8	2.0	1.6	1.6	1.9

Zambia	1.1	1.5	1.6	1.2	4.9	5.2	5.4	5.2
Argentina	0.3	0.3	1.2	-	5.4	4.0	15.6	10.5
Bahamas	4.9	5.1	7.4	7.2	1.1	1.0	-	-
Barbados	1.9	2.2	2.3	2.6	3.1	3.6	3.9	4.7
Bolivia	1.0	1.0	0.7	0.6	5.0	7.8	5.5	8.1
Brasil	0.6	0.5	0.5	0.5	7.1	4.8	5.1	7.1
Colombia	0.9	0.8	1.1	1.1	7.5	5.4	7.5	7.8
Costa Rica	1.4	1.3	1.5	1.4	4.1	4.1	3.3	4.1
Chile	0.7	0.7	0.8	1.3	3.3	3.8	4.1	6.0
Ecuador	1.7	1.9	1.8	2.0	7.9	10.1	11.1	11.4
El Salvador	3.4	3.0	2.0	1.7	11.6	10.9	7.0	6.8
Haití	3.0	2.8	2.0	2.7	12.4	10.9	6.5	-
Honduras	1.3	1.3	1.0	0.8	3.5	3.0	2.8	3.2
Jamaica	0.5	0.5	0.5	0.5	1.1	1.0	1.0	1.1
Guatemala	1.7	2.1	1.6	1.2	8.0	10.3	8.0	7.3
México	0.5	0.6	0.7	0.5	5.4	5.4	6.5	5.2
Nicaragua	3.1	1.4	0.6	0.7	13.3	3.5	1.5	2.6
Panamá	1.7	1.6	1.7	1.9	3.7	3.9	4.2	4.2
Paraguay	0.9	0.8	0.7	0.7	7.1	6.8	7.5	7.2
Perú	0.3	0.6	0.6	0.8	2.3	3.5	3.5	4.7
Puerto Rico	2.4	2.5	2.7	2.9	-	-	-	-
Trinidad y Tobago	2.3	2.2	2.4	2.7	4.9	4.4	5.3	5.4
Venezuela	3.4	3.2	3.6	4.3	17.3	17.6	20.1	25.1
Filipinas	0.3	0.3	0.3	0.4	1.1	1.3	1.6	-
Indonesia	0.7	0.5	0.8	0.6	5.1	3.5	4.9	3.4
Malasia	1.9	2.0	2.0	2.0	5.1	-	4.2	-
Corea	0.7	0.6	0.7	0.9	2.0	1.6	1.7	2.6
Singapur	2.9	2.8	2.8	3.1	1.5	1.4	1.4	1.7
Tailandia	0.8	0.7	0.8	0.7	3.2	2.6	2.7	3.1
India	0.1	0.1	0.1	0.1	1.1	0.8	1.1	1.2
Pakistán	0.4	0.3	0.4	0.4	2.4	1.7	2.2	2.3
Sri Lanka	0.8	0.8	0.9	1.7	2.0	1.7	2.2	4.5
Arabia Saudita	2.6	1.6	1.8	2.4	12.4	1.8	7.8	7.1
Egipto	2.9	2.2	2.2	2.2	13.6	11.8	7.1	7.6
Libia	1.4	1.3	1.2	-	7.1	6.9	4.3	-
Siria	1.1	1.3	1.2	1.0	3.2	4.3	4.1	4.7
PAISES DE ECONOMIA PLANIFICADA								
Checoslovaquia	0.6	0.6	0.5	0.5	1.9	1.8	1.3	1.3
Hungría	0.7	0.8	0.8	0.7	2.2	2.3	1.1	1.5
Polonia	0.6	0.6	0.4	0.2	2.0	1.9	1.9	1.1
Rumania					0.7	0.6	0.5	0.9
Yugoslavia	0.3	0.2	0.2	0.2	1.2	0.7	0.8	0.8

FUENTE: Bote Gómez, Venancio. Planificación Económica del Turismo: de una Estrategia Masiva a una Artesanal. Pag. 49.

Tabla N° 10
Importancia de los ingresos turísticos según tipos de países *

Concepto / Países	% Gastos por turismo PIB				%gastos por turismo importaciones de mercancías			
	1979	1980	1981	1982	1979	1980	1981	1982
PAISES DESARROLLADOS								
Canadá	0.9	0.9	0.9	0.8	3.6	3.5	3.6	3.6
U. S. A	0.4	0.4	0.4	0.4	4.6	4.6	5.2	5.3
Australia	0.6	0.6	0.6	0.7	3.8	4.4	5.1	5.0
Japón	0.1	0.1	0.1	0.1	0.5	0.5	0.5	0.5
Nueva Zelanda	0.9	0.9	0.9	0.9	4.0	3.9	4.3	4.1
Reino Unido	1.2	1.3	1.2	1.2	5.6	6.3	5.8	5.7
R. F. De Alemania	0.8	0.8	0.9	0.8	3.4	3.4	3.5	3.0
Australia	8.2	8.4	8.6	8.5	36.2	36.8	35.9	36.3
Bélgica/Lux	1.4	1.5	1.6	1.8	2.9	2.8	2.9	3.0
Dinamarca	2.0	2.0	2.0	2.3	8.8	7.8	7.6	8.4
Francia	1.2	1.3	1.3	1.3	7.0	7.4	7.1	7.6
Italia	2.5	2.1	2.1	2.4	11.4	10.6	10.1	11.4
Holanda	0.9	1.0	1.2	1.1	2.1	2.3	2.4	2.3
Suecia	0.8	0.8	0.8	1.0	3.2	3.1	3.3	3.8
Suiza	2.7	3.1	3.2	3.1	9.7	10.6	11.2	11.6
PAÍSES DE NIVEL DE DESARROLLO INTERMEDIO								
Chipre	8.1	9.6	11.9	13.9	30.9	38.1	43.7	52.6
España	3.3	3.3	3.6	3.9	35.6	33.6	33.0	34.7
Grecia	4.3	4.3	5.1	4.0	43.1	33.7	43.8	35.5
Irlanda	2.9	2.6	2.7	2.7	6.2	5.7	6.1	6.0
Israel	4.2	4.2	4.3	3.7	0.8	0.7	0.6	0.6
Portugal	4.7	4.7	4.3	3.7	26.2	24.8	24.7	21.8
Turquía	0.4	0.6	0.5	0.7	12.4	11.2	6.0	6.5
PAISES EN DESARROLLO								
Argelia	0.3	0.3	0.4	0.4	1.1	0.8	1.1	
Costa de Marfil	0.6	1.9	0.9	0.9	2.0	2.5	2.9	2.9
Gabón	0.4	0.4	0.2	0.1	0.7	0.8	0.4	0.2
Kenia	2.9	3.2	2.6	3.0	15.9	15.8	14.7	18.9
Malawi	0.5	0.5	0.5	0.5	2.2	2.1	2.1	2.3
Marruecos	2.4	2.2	3.0	2.4	19.8	16.5	19.0	17.2
Isla Mauricio	3.4	4.0	4.2	3.8	10.9	9.7	13.3	11.3
Nigeria	0.0	0.1	0.2	0.3	0.1	0.2	0.8	1.3
Camerún	0.2	0.2	0.2		0.9	1.1	1.5	2.3
Senegal	2.1	2.3	3.0	2.4	10.8	14.3	16.5	13.0
Sierra Leona	0.7	0.8	0.5	0.6	3.9	5.5	4.6	7.2
Togo	1.1	1.2	1.6	2.1	5.1	3.9	7.2	-
Túnez	7.2	6.9	6.9	6.7	29.1	26.9	23.3	27.8
Zambia	0.5	0.5	1.3	1.7	1.1	1.6	4.3	5.6
Argentina	0.3	0.2	0.4	-	3.6	4.3	5.6	6.6

Bahamas	51.2	55.8	51.3	46.2	11.7	9.9	18.1	-
Barbados	31.0	30.6	27.7	25.2	137.8	111.5	136.1	97.7
Bermudas	-	-	-	-	774.2	697.3	1055.2	-
Bolivia	0.8	0.7	0.5	0.5	4.9	4.3	4.0	3.6
Brasil	0.1	0.1	0.1	0.6	0.9	0.9	1.4	8.6
Colombia	1.3	1.1	1.1	0.6	10.9	9.1	13.0	11.0
Costa Rica	1.8	1.8	3.6	5.1	7.8	8.7	9.3	15.0
Chile	0.6	0.6	0.6	0.7	3.3	3.6	4.9	3.1
Ecuador	0.9	0.8	0.9	1.1	4.2	3.7	5.2	5.6
El Salvador	0.4	0.2	0.1	0.2	1.4	1.0	0.5	0.9
Haití	5.6	4.5	5.7	5.3	42.6	28.8	55.2	49.4
Honduras	1.3	1.1	1.2	0.9	4.0	3.3	4.1	3.8
Jamaica	8.1	9.1	9.7	10.6	23.8	25.1	29.2	46.6
Guatemala	2.9	2.3	1.5	1.0	16.2	12.0	10.7	7.8
México	1.1	0.9	0.7	0.8	16.4	10.9	8.8	6.7
Nicaragua	1.2	1.0	0.9	0.7	3.2	4.9	4.6	4.9
Panamá	5.9	4.7	4.4	3.9	49.0	47.6	54.3	54.7
Paraguay	2.0	2.1	1.4	0.9	22.6	29.4	27.0	16.4
Perú	1.3	1.7	1.1	1.2	5.8	8.6	7.9	8.0
Puerto Rico	3.8	3.8	3.8	4.0	-	-	-	-
Trinidad y Tobago	2.7	2.4	2.2	2.2	4.8	3.7	4.0	5.3
Venezuela	0.6	0.5	0.4	0.4	1.8	1.2	1.3	1.6
Filipinas	0.8	0.9	0.9	1.1	5.2	5.5	6.0	9.0
Hong Kong	5.9	4.9	5.0	5.5	8.4	6.7	6.7	6.9
ndonesia	0.4	0.3	0.3	0.3	1.3	1.0	1.1	1.3
Malasia	1.1	1.3	1.6	1.9	2.1	-	3.5	-
Corea	0.5	0.6	0.7	0.7	2.2	2.1	2.1	2.3
Singapur	11.9	12.6	13.6	12.8	7.9	7.4	8.8	9.2
Tailandia	2.0	2.6	2.7	2.8	10.4	13.4	14.0	15.0
ndia	0.4	0.4	0.5	0.5	6.1	7.2	10.8	9.5
án	0.1	0.1	0.1	-	0.3	0.4	0.5	0.1
Pakistán	0.4	0.5	0.4	0.6	4.9	6.0	4.4	7.8
ri Lanka	2.2	2.7	3.0	3.1	8.0	10.7	13.0	14.5
Arabia Saudita	1.0	0.9	1.0	1.5	1.9	1.2	1.3	2.3
Egipto	2.8	2.2	1.3	1.2	27.8	18.5	11.6	12.4
ibia	0.0	0.0	0.0	-	0.1	0.7	1.6	1.7
iria	1.4	1.2	1.0	0.8	8.3	7.4	8.3	7.4
AISES DE ECONOMIA LANIFICADA								
ulgaria	1.2	1.1	1.0	1.0	2.8	2.5	2.5	2.30
hecoslovaquia	0.9	0.7	0.6	0.7	2.9	2.3	1.7	1.7
ungría	1.6	1.9	2.2	2.1	5.7	5.8	5.2	4.5
olonia	0.5	0.5	0.2	0.1	1.6	1.7	0.9	0.6
umania					3.1	2.8	2.4	1.7
ugoslavia	1.5	2.0	2.4	1.7	12.5	10.4	12.4	8.2

UENTE: Bote Gómez, Venancio. Planificación Económica del Turismo: de na Estrategia Masiva a una Artesanal. Pag. 51.

Tabla N° 11

Importancia de los ingresos turísticos en algunos países en desarrollo, porcentaje respecto a la principal partida exportadora

Concepto / Países	% Respecto a la principal partida exportadora	Año	Principal partida exportadora
África			
Costa	14.0	1982	Cacao
Kenia	127.9	1980	Té
Marruecos	62.1	1982	Fosfato no molidos
Isla Mauricio	16.5	1978	Azúcar no refinado
Senegal	34.8	1981	Petróleo refinado
Togo	14.3	1981	Fosfato de calcio
Túnez	45.8	1981	Petróleo bruto
América			
Argentina	88.2	1982	Maíz no molido
Bahamas	46.9	1977	Aceites brutos
Barbados	838.7	1982	Azúcar no refinado
Bermudas	2755.0	1981	Derivados del petróleo
Bolivia	22.2	1979	Mineral de estaño
Brasil	75.5	1982	Café
Colombia	14.6	1982	Café
Costa Rica	39.2	1981	Café
Chile	10.1	1980	Cobre refinado
Haití	160.3	1979	Café
Honduras	15.4	1981	Plátanos
Jamaica	37.4	1981	Bauxita
Guatemala	48.8	1981	Café verde
Nicaragua	16.2	1982	Café verde
Panamá	240.5	1982	Productos derivados del petróleo
Paraguay	61.9	1981	Algodón
Perú	54.1	1982	Petróleo bruto
Trinidad y Tobago	14.6	1982	Petróleo bruto
Asia			
Filipinas	56.9	1981	Azúcar
Hong Kong	77.1	1982	Fibras textiles
Indonesia	19.4	1982	Petróleo bruto
Malasia	12.9	1981	Petróleo bruto

Corea	47.5	1981	Desperdicios de la piel
Singapur	97.7	1982	Petróleo (fuel)
Tailandia	133.3	1982	Manioca
India	1333.3	1980	Té
Pakistán	68.1	1982	Maíz
Sri Lanka	48.5	1982	Té
Egipto	22.3	1982	Petróleo bruto
Siria	11.7	1980	Petróleo bruto

FUENTE: Bote Gómez Venancio. Planificación Económica del Turismo: de una estrategia Masiva a una Artesanal. Pag. 54.

Así mismo, es conveniente establecer que los términos "emisores" y "receptores" son de uso frecuente, su definición resulta compleja, por lo cual es necesario hacer las siguientes consideraciones: la realidad pone de manifiesto que no es fácil encontrar países exclusivamente emisores o receptores. El caso generalizado es el de país emisor – receptor, **por lo que parece aconsejable utilizar los términos preferentemente emisores o preferentemente receptores**. El concepto de país emisor o receptor hace referencia, en gran medida, al turismo internacional, sin perjuicio de que los preferentemente emisores tengan un turismo interior importante y los países preferentemente receptores deban potenciar simultáneamente el turismo interior. El concepto emisor o receptor, desde el punto de vista del turismo internacional, está generalmente relacionado con el nivel de desarrollo. Así, los países preferentemente emisores presentan indicadores que ponen de manifiesto salidas al exterior relativamente más importantes que los países preferentemente receptores. Se entenderá, pues, que un país es preferentemente emisor, desde el punto de vista del turismo internacional, cuando se den las condiciones socioeconómicas específicas. Generalmente estas condiciones hacen referencia al nivel de vida y valores sociales que impulsan de forma más acusada, a los habitantes a desplazarse fuera de su país durante los periodos de vacaciones (requisitos de demanda).

Se entenderá que un país es preferentemente receptor desde el punto de vista del turismo internacional, cuando ha tomado decisiones o expresado una voluntad manifiesta para asumir esta función y por consiguiente, dispone de recursos, infraestructura e instalaciones turísticas para acoger la demanda internacional (requisito de oferta).

Uno de los principales argumentos en favor del impulso al turismo es que este conduce a un equilibrio comercial favorable.

Este razonamiento ha llevado a un gobierno tras otro a promover la industria turística. Sin embargo aunque esto tiene un efecto positivo sobre el

equilibrio comercial del país receptor, dicho efecto puede ser anulado, especialmente en los países en desarrollo, por varios factores.

Por ejemplo, las importaciones necesarias para sostener el turismo entre los que se pueden incluir objetos de recuerdo, productos alimenticios, automóviles y muchos otros artículos. Puede ser necesaria una infraestructura modernizada. Los turistas esperan encontrar alojamientos modernos, incluso en las sociedades preindustriales. Servicios tales como carreteras, aeropuertos, instalaciones para la purificación de las aguas, estaciones de policía, bomberos, hospitales; son costosos de crear y mantener. Además, la expansión del turismo en una sociedad puede atraer inversiones de las empresas multinacionales **con frecuencia, las cadenas de restaurantes y hoteles sacarán del mercado a los negocios marginales locales y privarán de ganancias a la sociedad anfitriona**. Así pues, aunque, el desarrollo del turismo puede asociarse con crecimiento económico, servicios modernos, mayores inversiones y más empleos, hay que considerar varias cuestiones:

1. ¿Sólo los turistas usan las instalaciones construidas para ellos?
2. ¿Qué efectos tiene en una sociedad tradicional la edificación de una infraestructura moderna?
3. ¿Equivalen los beneficios que recibe el pueblo, debido a la inversión en turismo, a los que recibirán la inversión en otro sector industrial?

La naturaleza benéfica de los impactos económicos del turismo depende de la etapa de desarrollo de la sociedad anfitriona. Un efecto del turismo que sea positivo en una sociedad industrial puede ser negativo en una preindustrial. Por ejemplo el turismo crea empleos, pero estos suelen ser estacionales. Si una sociedad cuenta con una fuerza de trabajo estacional cuyo tiempo ya está comprometido fuera de temporada, entonces la actividad turística da empleo a la gente sin perjudicar su oportunidad de tener trabajo de tiempo completo. De esta forma, cuando un porcentaje elevado de jóvenes asisten a la universidad, muchos estudiantes trabajan en lugares de recreo durante las vacaciones, ya que el trabajo estacional es exactamente lo que se necesita. Pero en algunos países en desarrollo no ocurre así. Al crear una fuerza de trabajo estacional, el desarrollo del turismo suele propiciar la existencia de una mano de obra marginal. Si se invirtiera dinero en una industria de todo el año y no de temporada, la fuerza de trabajo podría ser más estable y menos marginal.

La naturaleza benéfica del turismo en un país anfitrión depende también de la situación socioeconómica de los individuos en sus comunidades. Si el turismo aumenta, o si una comunidad es definida como centro de vacaciones,

los precios (sobre todo, los de la vivienda) subirán proporcionalmente. Esto introduce una gran tensión en las finanzas de los individuos que viven allí (especialmente los que tienen ingresos fijos).

Así mismo, el crecimiento económico relacionado con el turismo puede ser inestable. El crecimiento de cualquier lugar determinado no sigue necesariamente una pauta ascendente regular. Los centros turísticos responden a los dictados de la moda. Además aunque el turismo se considera generalmente una industria limpia, puede haber cierto número de impactos ambientales negativos relacionados con él. Las zonas vírgenes son invadidas por los turistas, quienes pueden deteriorar su calidad. A menudo, las mejores zonas recreativas son ocupadas por establecimientos turísticos. El aumento del turismo en las regiones pintorescas frecuentemente trae como resultado un número mayor de áreas residenciales, situaciones que se puede convertir en una ventaja o en una desventaja. O bien, el desarrollo del turismo puede tener efectos positivos sobre el ambiente si los gobiernos toman medidas protectoras, y si en las ciudades el desarrollo y la renovación ayudan a impedir el deterioro urbano. Con relación a los impactos socioculturales, el desarrollo del turismo masivo puede tener varios efectos indeseables en las sociedades tradicionales.

Un turismo considerable puede provocar una comercialización de la cultura. A medida que el número de turistas aumenta en una región dada, sobreviene una transformación de relaciones personales a impersonales entre turistas y residentes. El turista ya no es el extraño irreconocible, sino una parte de la masa irreconocible de extranjeros adinerados. Los lugares sagrados se transforman en mercados; las ceremonias y danzas religiosas pueden convertirse en una forma de diversión.

Las artes, las artesanías y la arquitectura suelen adquirir estilos locales exagerados en un intento de enfatizar su singularidad o autenticidad. El turista, por medio de sus compras, puede determinar que estilos de arte y artesanía florecerán o desaparecerán. Así pues, la cultura local se definirá por el gusto de los extranjeros. El aumento del turismo también hará que las regiones locales sean más dependientes de las fuerzas económicas internacionales, lo cual fomentará la perdida de la autonomía. Y conforme los gobiernos se preocupan por promover más el turismo, la presencia de la autoridad gubernamental crece en las áreas que prestan servicios a los turistas.

Sin embargo, de acuerdo con Herman Kahn, el turismo puede convertirse en una de las industrias más importantes del mundo para el año 2000, lo cual parece estar dentro de los limites de la posibilidad.

Desde luego, la escasez de recursos energéticos y la inflación continua pueden echar por tierra este pronostico. Si se explotan y aplican al transporte nuevas fuentes de energía, el crecimiento del turismo podría acelerarse. No obstante, si las existencias de energía se vuelven escasas o los costos en aumento requieren medidas de conservación, el crecimiento del turismo se frenará. Al mismo tiempo, los factores que han favorecido el crecimiento del turismo masivo, más tiempo de ocio, expansión de la clase media, crecimiento y difusión del transporte y las comunicaciones, teorías perfeccionadas de mercadotecnia y la necesidad de escapar del trabajo moderno, ejercerán, en forma cada vez mayor, una influencia expansionista. Otros factores comprenden:

- Mayor longevidad y una mejor planteamiento de la jubilación, como son los clubs de personas mayores que ofrecen paquetes de viajes y excursiones a precios de descuentos.

- Nuevos lugares que visitar. Por ejemplo, **la cambiante relación política entre los países de economía planificada o socialista y los países occidentales** hará que, estos compitan por el turismo occidental.

- Nuevas políticas públicas concebidas para alentar la afluencia de visitantes.

- Coordinación mundial de la industria turística. La aplicación de la tecnología de la computadora a los sistemas de reserva, permite al turista planear sus vacaciones rápida y eficientemente. Los mercados al por mayor, que reúnen a representantes del Gobierno, La empresa privada, propietarios de hoteles, representantes de Compañías Aéreas y otros elementos de la industria de los viajes, permiten la creación de paquetes de vacaciones. La organización mundial del turismo ha promovido la coordinación de la industria turística a nivel mundial.

1.5 EL MERCADO TURÍSTICO RECEPTIVO.

El turismo Receptivo está integrado, en términos generales, por los turistas que llegan a los países y que tienen fijada su residencia en el exterior y que permanecen en el sitio visitado por más de 24 horas, para ello se establecen los principales tipos de visitantes, cuyas características cuantitativas y cualitativas de la actividad turística, que se integran con investigaciones directas o encuestas que permiten un conocimiento de las variables fundamentales, tanto en lo que respecta al turismo nacional como internacional.

Estas investigaciones directas o encuestas han de responder a las siguientes preguntas fundamentales:

- ¿Quién es el turista o visitante, es decir, conocer sus características o perfil socioeconómico?.
- ¿Cuál es el comportamiento turístico de los visitantes?.
- ¿Cuáles son los principales problemas existentes en la actividad turística en opinión de los visitantes entrevistados?.

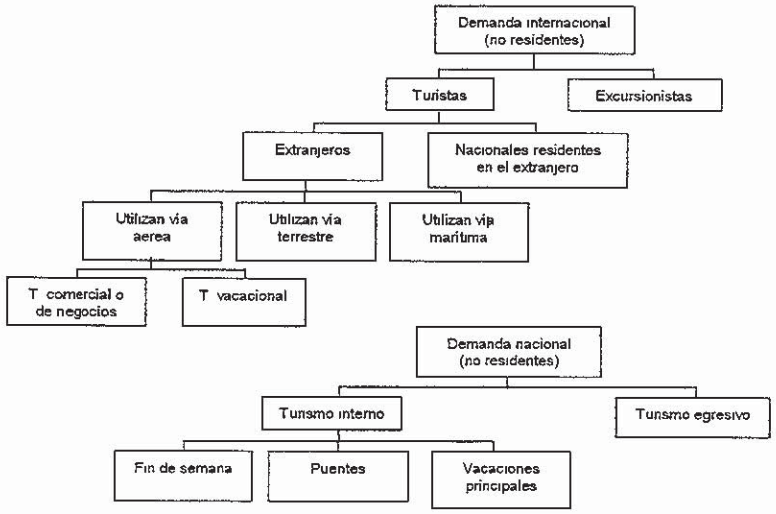
Por ello en todo Cuestionario se formulan tres grupos de preguntas:

1. Las relativas a las características socioeconómicas del entrevistado (Sexo, Estado Civil, Edad, Profesión, Nivel Educacional, Nivel de ingreso de lugar Residencia, etc.).
2. Las características cuantitativas y cualitativas específicas del viaje (Motivación, Estadía, Tipo y categoría de alojamiento utilizado gasto, Forma de realizar el viaje, Medio de transporte, Lugares visitados, etc.).
3. Opiniones de los visitantes sobre determinados aspectos de la actividad turística (Nivel o grado de satisfacción, fidelidad al lugar de vacaciones, Opiniones sobre precio y calidad de servicios prestados, etc.)

Las investigaciones directas o encuestas, sobre los principales tipos de visitantes de la demanda internacional, pueden realizarse en los establecimientos de alojamiento o en los puntos fronterizos (aéreos, terrestres y marítimos) generalmente este es el método que se recomienda, en el momento de la salida de los visitantes internacionales pueden proporcionar una información más reciente y fiable.

A continuación se presentan las principales características cuantitativas de los diferentes tipos de visitantes, identificados en la demanda Internacional, con el fin de poner de manifiesto las diferencias en el comportamiento de los diferentes tipos de visitantes, servir de marco de referencia a las investigaciones específicas a realizar y destacar la necesidad e importancia de este tipo de investigaciones en la fase de diagnóstico de la planificación del desarrollo turístico.

DIAGRAMA No. 3
PRINCIPALES TIPOS DE VISITANTES



En el ámbito de países como México, esta exposición puede limitarse a los siguientes cinco tipos:

1. Turismo Comercial de Negocios
2. Turismo Receptivo, que utiliza la vía aérea
3. Turismo Receptivo, Vía terrestre
4. Excursionistas
5. Turismo de los nacionales residentes en el exterior

El Turismo Comercial o de Negocios, generalmente utiliza la vía aérea, viaja solo y no acompañado de la familia, limita su visita a la Capital y núcleos urbanos industriales o comerciales, su motivación principal no es recreativa, no viaja formando parte de un paquete organizado, se aloja en hoteles de lujo o de principal categoría y tiene una estadía variable, y un gasto por persona y día elevado.

El Turista Receptivo, que utiliza la vía aérea, generalmente viaja acompañado de algún miembro de la familia, visita los principales recursos turísticos del país, presentando una menor concentración espacial que el hombre de negocios, forma parte de un paquete organizado (Nacional o Internacional); su motivación es vacacional, paga un precio **"Todo incluido"**

(Alojamiento, parte de alimentación y algunos Tours internos), su estadía es alta, utiliza alojamiento de cierta calidad y tiene un gasto por persona y día, que va del medio hasta el medio alto.

En el Visitante vía terrestre se distinguen dos tipos:

1. **El denominado Turista Receptivo**, caracterizado porque viaja acompañado por miembros de la familia y predominan los que residen en los países fronterizos (o más próximos); su motivación es vacacional, utiliza automóvil y alojamiento comercial, generalmente de menor categoría de los que utilizan los turistas por vía aérea; su estadía es alta y el gasto por persona y día menores al de la vía aérea.

2. **Los excursionistas** se caracterizan, porque **su motivación son las compras**, permaneciendo en el país menos de 24 horas, proceden de los países vecinos, utilizan el automóvil como medio de transporte y limita sus visitas a los núcleos fronterizos.

En relación con los **nacionales residentes en el extranjero**, hay que destacar las siguientes características: viajan acompañados con miembros de su familia, su motivación principal es la visita a familiares y amigos, no forman parte de un viaje organizado, ni toman Tours internos, utilizan fundamentalmente alojamiento no comercial (casa de familiares o amigos), presentan una estadía alta y un gasto, aunque por persona – día bajo, por grupo familiar elevado.

Las características cuantitativas y cualitativas de los diferentes tipos de demanda internacional, son importantes para establecer las previsiones, la elaboración de programas específicos de promoción y comercialización y, en general para fundamentar una planificación objetiva del desarrollo turístico.

Así las características específicas señaladas, ponen de manifiesto la relación entre el turismo de negocios y la localización y categoría de lujo de la planta de alojamiento en los principales núcleos urbanos, la necesidad de crear un equipamiento fundamentalmente comercial y recreativo deportivo en los núcleos fronterizos con el fin de ampliar la estancia de los excursionistas, la creación de una oferta de alojamiento de categoría intermedia para el turismo receptivo o vacacional, que utiliza el automóvil como medio de transporte y, de categoría alta para el que utiliza vía aérea y la importancia de promover el turismo de los nacionales residentes en el extranjero que, sin necesidad de crear oferta de alojamiento, generan un gasto por grupo familiar relativamente alto.

Para la investigación de la demanda nacional, existen dos alternativas metodológicas: Realización de encuestas en hogares con unidades de consumo turístico o en los establecimientos de los alojamientos.

Las encuestas en hogares tiene el inconveniente de su alto costo, debido a su elevado número, por lo que en ocasiones se reduce su ámbito de investigación a los principales núcleos urbanos, que emiten la mayoría del turismo nacional o de incluyen algunas preguntas sobre comportamiento turístico de los nacionales dentro de la encuesta de presupuestos familiares que periódicamente realiza la SECTUR.

La encuesta en hogares es establecimientos de alojamientos presenta la ventaja de que permite investigar simultáneamente, el turismo egresivo o turismo de los nacionales en el extranjero.

La realización de encuestas en establecimientos de alojamiento presenta la ventaja de la facilidad de localización de los turistas y, por consiguiente, su menor costo, pero al mismo tiempo presentan el inconveniente de que los turistas no han terminado sus vacaciones y, en consecuencia, ciertas respuestas fundamentalmente cuantitativas tienen que ser estimadas. Cualquiera que sea la alternativa elegida en cada caso, se seleccionará una muestra aleatoria y estratificada y se rellenará el cuestionario mediante una entrevista al turista cabeza de familia. La identificación y conocimiento de las características cuantitativas, cualitativas de la demanda interna permiten, además, fundamentar las previsiones en la segunda fase de planificación. Así, por ejemplo, a partir de los estudios sobre la demanda nacional es posible prever el volumen, características y localización de la oferta de alojamiento a crear para hacer frente alas exigencias de la demanda interna en sus vacaciones principales, las peculiaridades de la planta turística a crear en las proximidades de los núcleos urbanos como consecuencia del flujo turístico de fines de semana, del ahorro de divisas y las necesidades de oferta exigidas por la situación del turismo egresivo por turismo dentro del país.

Los estudio de mercado de la demanda nacional e internacional constituyen, pues, la principal fuente de información para establecer la planta de alojamiento y su distribución por categorías, localidades y recursos.

No todos los recursos turísticos naturales y socioculturales disponibles tienen la misma potencialidad. La tarea de la planificación consiste en seleccionar aquellos recursos que tengan una mayor potencialidad, en función de su calidad, potencialidad de mercado y costo de puesta en explotación (accesibilidad e infraestructura, fundamentalmente).

Para realizar esta selección de recursos prioritarios, en las cuales se han de concentrar las inversiones públicas y privadas, es necesario llevar a cabo las siguientes investigaciones especificas:

- Identificar los lugares de interés turístico que sirvan de base para la selección.
- Inventariar los recursos existentes en cada uno de los lugares identificados.
- Tipificar los lugares y recursos inventariados.
- Seleccionar, dentro de cada tipo de recursos, aquellos que se consideran prioritarios.

La actividad turística solo tiene lugar cuando existen ciertas atracciones que motivan a cierto número de personas a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo en ellas. Estas atracciones se denominan recursos o atractivos turísticos.

La organización mundial del turismo distingue entre patrimonio y recursos turísticos. Entiende por patrimonio turístico de un país, región o zona "el conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas". Por recursos turísticos "todos los bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible el turismo y satisfacen las necesidades de la demanda". Mismos que pueden expresarse, esquemáticamente, de la siguiente forma:

- Patrimonio Turístico = Conjunto de potencialidades
- Recursos Turísticos = Patrimonio + aportación humana

En donde la aportación humana, corresponde al conjunto de acciones intelectuales y materiales que hacen posible la utilización del patrimonio turístico.

La identificación de los recursos o atractivos constituye la primera tarea por realizar en la fase de diagnóstico y consiste en la elaboración de un detallado inventario de los atractivos con que cuenta el país o la región, con el propósito de utilizarlo como uno de los elementos indispensables para determinar el tipo y la localización de los proyectos que han de reforzar la

planta turística del país. En función de este inventario se podrían definir las zonas turísticas y su respectiva jerarquización, la cual depende precisamente de la concentración en calidad o en cantidad de los atractivos que haya en cada zona y el tipo de mercado que puede atraer. En lo que concierne al entorno físico, es de suma importancia el estudio del clima, pues nos indica como puede ser el diseño del proyecto, por ejemplo el que clase de ropa usar, si gruesa por el clima frío o liviana porque la región es de clima cálido, en el estudio se analizarán series cronológicas a partir de las cuales se pueden predecir los días de sol, indicar los probables promedios de temperatura por años y temporadas, los promedios de precipitación, los vientos, etc.

Otro aspecto fundamental de la localización de un proyecto turístico es el estudio de las condiciones de salubridad, las observaciones de los sitios y los tipos de enfermedad que padece la población nativa puede indicar los factores de insalubridad característicos de un área determinada.

El paisaje natural conforme la potencialidad estética de la región y es la que incide o repercute psíquicamente en el visitante.

En el paisaje no se puede evaluar su calidad, sino su belleza, pero este concepto pertenece al pensamiento de cada individuo y varía de una cultura a otra, y dentro de cada, en cada individuo. De aquí la calidad de un paisaje combina razones objetivas y su elección se resuelve con la intervención de ambos actores, debido a que el usuario desea comprar algo que, además de ofrecer diversas ventajas, lo satisfaga estéticamente.

Petroni y Kenigsberg definen los siguientes tipos de paisajes y establecen su diferencia.

- Paisaje Natural.- Es el conjunto de caracteres físicos visibles de un lugar que no han sido modificados por el hombre.

- Paisaje cultural.- Es un paisaje modificado por la presencia y actividad del hombre (cultivos, diques, ciudades, etc.)

- Paisaje Urbano.- Es el conjunto de elementos plásticos naturales y artificiales que componen la ciudad: colinas, ríos, edificios, calles, plazas, árboles, iluminación, anuncios, semáforos, etc.

El profesor Roberto C. Boullón, experto internacional en planificación del espacio turístico, comenta que el no coincide con Petroni y Kenigsberg por cuanto esa definición corresponde a la del paisaje que ofrece la naturaleza

virgen, y además porque el paisaje, por un lado, es una forma de paisaje natural, y, por otro, se confunde con el paisaje urbano.

Las condiciones de fauna y flora son de enorme importancia dentro de la productividad de la localización de los proyectos turísticos. El Profesor Boullón también establece la siguiente clasificación:

ELEMENTOS BÁSICOS DEL AMBIENTE NATURAL

Corteza Terrestre	Tierra (montañas, mesetas, desiertos, etc.) Agua (océanos, mares, ríos, lagos, etc.)
Clima	Temperatura Vientos Lluvias Humedad
El Hombre	
Fauna	Salvajes, semisalvajes, domésticas.
Flora	árboles, arbustos, plantas y pastos.

La riqueza o pobreza de la población animal con que cuente cada área y en especial la variedad y el tipo de sus especies llega a determinar, por un lado, las necesidades de alterar el ecosistema y, por otro, de reforzarlo, así como incrementar las actividades turísticas que podrían desarrollarse.

Por otra parte, el paisaje, su vegetación, la fauna y el clima tienen implicaciones directas en el diseño y el tipo de proyecto que se debe realizar, aprovechando estos factores y las potencialidades generales del lugar.

Otro aspecto del entorno físico de los proyectos turísticos y que inicie en la productividad de la localización es la referente a la hidrología. Es necesario saber si en el lugar hay ríos, lagunas o lagos que podrían aprovecharse para la práctica de deportes acuáticos y también para prever los problemas que su comportamiento, condiciones y formas podrían ocasionar; así mismo son importantes las formas geográficas que presenta el sitio, pero sin llegar a un

análisis de los accidentes y las particularidades de su superficie. Los atractivos culturales que pueden aprovecharse como entretenimiento para los visitantes constituye un factor fundamental dentro de la productividad de la localización. Gracias a los planes sobre eventos se ha podido incrementar considerablemente la productividad de los hoteles, los restaurantes, las agencias de viajes y los centros de entretenimiento, así también dichos planes bien recibidos por los operadores turísticos porque han sido una enorme fuente potencial de visitantes no sólo durante el desarrollo del evento, sino para que con posteridad se pueda aplicar un sistema de seguimiento del cliente. En muchos lugares se han realizado planes de eventos en donde se ha descubierto el olvido de muchos aspectos culturales, especialmente en lo que toca al folklore. Ello ha permitido el renacimiento de fiestas que antes tenían gran arraigo entre la población. Por eso se dice que los atractivos culturales son aquellas manifestaciones, elementos o espacios creados y transformados por el ser humano. En esta parte ya se incluye el concepto de paisaje cultural, que incorpora todas las consideraciones pertinentes al ambiente físico creado por el hombre y su posible repercusión psíquica en el visitante.

También en el marco de la localización se tiene en cuenta el levantamiento de un inventario turístico relativo al área de influencia del proyecto, lo cual significa analizar todas las facilidades y los servicios con que cuentan los alrededores de la zona objeto del proyecto: Infraestructura, equipamiento y servicios conexos.

Los factores a considerar son muchos de los que a continuación se señalan los más importantes y deseables:

FACTORES DECISIVOS:

- Existencia de vías de comunicación.
- Seguridad de conducción.
- Intensidad de tránsito.
- Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos.
- Disponibilidad de agua.
- Disponibilidad de energía eléctrica.
- Disponibilidad de comunicaciones telefónicas.
- Disponibilidad de terrenos.
- Atractivos turísticos.
- Calidad de los desarrollos circunvecinos.
- Condiciones sociales.
- Condiciones de salubridad.

FACTORES IMPORTANTES:

- Proximidad a las vías principales
- Costo del terreno.
- Condiciones del subsuelo.
- Topografía.

FACTORES DESEABLES:

- Disponibilidad de materiales y mano de obra.
- Condiciones meteorológicas.
- Facilidades en lo que toca a desagües.

Esta información sobre los recursos, fruto de una tarea continua como la elaboración de las estadísticas sobre la demanda turística nacional e internacional aunque necesaria no es suficiente. Por falta de medios materiales y humanos la información disponible previamente sobre los recursos turísticos, generalmente ha de perfeccionarse y completarse en la fase de diagnóstico.

Sin embargo, esta información previa, facilita la identificación o elaboración de un listado inicial de lugares y sitios, al que se pueden añadir otros que se consideren con potencialidad en el caso que reúnan algunas de las siguientes características:

- Existencia de demanda y/o comercialización actual de algunos de sus recursos turísticos.
- Disponibilidad de planta turística (pública o privada).
- Fácil acceso actual o a corto y mediano plazo.

De esta forma se establece un listado o identificación final de lugares de recursos turísticos, que incluyen todos y cada uno de los lugares de interés turístico con potencialidad en los años de vigencia del plan y que ha de servir de base en las tareas de análisis y selección de los recursos prioritarios.

El inventario de recursos turísticos es un catálogo de los "lugares, objetos y establecimientos de interés turístico de un área determinada"[21] (País, región o zona), consistente en una clasificación de descripción de los recursos turísticos identificados, mediante una metodología.

[21] OEA "Metodología de Inventario Turístico", mimeografiado, Washington, pag. 451 tomado de Bote Gomez Venancio Planificación Económica del Turismo: de una estrategia masiva a una artesanal pag. 124.

En los países Iberoamericanos, la metodología sobre inventario que la OEA estableció, constituye un apoyo metodológico, que establece una clasificación en categorías y jerarquías y permite una cuantificación, objetivación y valoración de los recursos turísticos, que con pequeñas adaptaciones puede responder a las peculiaridades de cualquier tipo de planificación (espacial, temporal y sectorial). Esta metodología clasifica los recursos turísticos en cinco categorías:

1) Sitios naturales.
2) Museos y manifestaciones culturales.
3) Folklore.
4) Relaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
5) Acontecimientos programados.

Desde el punto de vista metodológico, las categorías se componen de diversos tipos y subtipos: las categorías naturales (1) y socioculturales (2 y 3) constituyen un legado histórico que hay que conservar, las categorías (4 y 5) subrayan el carácter dinámico de inventario y la posibilidad de incrementar los recursos turísticos disponibles. Para confeccionar el inventario se realiza una ficha para cada recurso, con la siguiente información:

- Nombre
- Ubicación.
- Medios al acceso.
- Número de visitantes (nacionales e internacionales) y época de mayor afluencia.
- Características que le dan interés al recurso.

Para describir las características que dan interés a cada tipo o subtipo de recursos, existe una metodología específica.

No hay que olvidar que el turismo es una actividad descentralizadora y que la gestión de los recursos turísticos tienen que ser realizada, en gran medida, por las entidades federales, estatales y municipales, en colaboración con la iniciativa privada.

La metodología elaborada por la OEA, permite a demás una clasificación de los recursos por jerarquías, cuyo objetivo es realizar la valoración de los recursos turísticos.

Los criterios de evaluación de cada jerarquía son los siguientes:

- Jerarquía I: Atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).

- Jerarquía II: Atractivo excepcional en un país, capaz de motivar una corriente de visitantes nacionales o extranjeros (actual o potencial) ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

- Jerarquía III: Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corriente turística local.

- Jerarquía IV: Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores.

Como ejemplo de la aplicación de la metodología de la OEA anteriormente expuesta, en las tablas No. 12 y No. 13, se presenta un resumen o el inventario de recursos que aparecen en el programa nacional de turismo 1979-1985 de México.

Tabla N° 12
Distribución de los recursos turísticos según categorías

Categorías	Recursos	
	Número	%
1. Sitios naturales	1511	32
2. Manifestaciones culturales	1627	35
3. Folklore	636	14
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	358	7
5. Acontecimientos programados	588	12
Total	4720	100

FUENTE: Poder Ejecutivo Federal, Programa Nacional de Turismo 1979-1985, México.

La aplicación de esta metodología, presenta cierta subjetividad, como toda metodología de inventario, es operativa en la medida que evita las descripciones que caracterizan los inventarios convencionales de recursos turísticos, enfatiza los resultados, facilitando su análisis y comparación con otros países o zonas, y valora los recursos por la capacidad de motivar desplazamientos de mayor o menor ámbito desde el punto de vista del mercado.

3.- Esparcimiento.
4.- Otros servicios.

Las que a su vez, se subdividen en tipos y subtipos; se elaborarán también una ficha para cada una de las instalaciones teniendo en cuenta un cuestionario específico de preguntas para cada tipo o subtipo.

De la misma manera, la infraestructura se clasifica en dos categorías:

1.- Transporte.
2.- Comunicaciones.

Que a su vez se subdividen en tipos y subtipos, elaborándose también una ficha para cada una de ellas.

Las fichas de inventario de recursos y facilidades (planta turística e infraestructura) pueden ser clasificadas, a través de un sistema decimal, que facilita su manejo y su análisis por categorías y unidades espaciales de planeación (región, zona, área, corredores turísticos).

Desde el punto de vista económico, la valoración de un lugar o recurso turístico depende fundamentalmente de su naturaleza, ligada a su mercado potencial y a la estancia o demanda turística, estas dos variables; estancia y número de turistas, determinan el número de pernoctaciones capaces de generar por el lugar o recurso de interés turístico, variable fundamental que permite estimar la oferta de alojamiento e indirectamente el resto de la planta turística necesaria.

La clasificación de los recursos turísticos en función simultánea de la demanda potencial y de la estadía se puede establecer la tipología de los recursos en función de su potencialidad económica:

1.- El recurso playa.
2.- Los denominados lugares o recursos de excursión (monumentos, ruinas arqueológicas, artesanales, mercados indígenas entre otros).

Las playas por naturaleza propia, son recursos que generalmente presentan un flujo masivo y una estadía vacacional alta y, por consiguiente, generan un volumen importante de pernoctaciones. Lo cual explica la concentración de porcentajes significativos de la planta turística disponible y permiten crear, en el caso de nuevos proyectos, una planta turística importante.

Esta importancia de la planta turística, actual y potencial del recurso playa, puede justificar, en determinados casos, los costos en infraestructura interna como agua, luz y saneamiento entre otros y externa en accesibilidad terrestre, cercanía de aeropuertos, etc., que establecerán la oportunidad de explotarse.

Las playas, permiten la posibilidad de crear una planta turística de gran escala, tanto por el número de pernoctaciones que se generan como por la inversión directa en planta puede justificar la inversión pública en infraestructura interna y externa.

El elevado costo en infraestructura interna y externa, que tiene la puesta en explotación de playas vírgenes, no es casual que las playas próximas a núcleos urbanos se hayan desarrollado en primer lugar, bien de forma espontánea, o porque fueron seleccionadas como prioritarias con el fin de reducir costos públicos.

Un caso conceptualmente opuesto a las playas es el de los recursos monumentales, artesanales, etc., que tienen generalmente, una reducida o inexistente planta turística, debido a las peculiaridades de su demanda, caracterizada por una reducida estadía y, en ocasiones, a las dificultades de explotación en países como México, debido fundamentalmente a los problemas de accesibilidad y servicios básicos; la dificultad crece, porque el recurso al exigir por su propia naturaleza una planta turística relativamente pequeña, la actividad turística por si misma, no justifica la realización de obras de infraestructura interna y externa, y en el caso de los países en desarrollo, pueden estar a su vez frenando su implantación.

No es casual que dentro de este tipo de recursos, estén más desarrollados o se dé prioridad en la planificación a los lugares que se encuentran próximos a núcleos urbanos, aunque no sean los más atractivos, dado que exigen menores costos públicos.

Al igual que en el caso de las playas, existe también en los recursos de excursión una relación entre pernoctaciones, importantes de la planta turística y justificación de costos públicos en infraestructura que hay que tener presente en la selección de lugares o recursos prioritarios.

Además de la tipificación, la planificación ha de seleccionar, dentro de cada tipo de recursos, aquellos que se consideran más idóneos o se consideren prioritarios. Para ellos, hay que tener en cuenta fundamentalmente dos tipos de factores:

- Factores internos, que hacen referencia a las características intrínsecas (naturaleza y calidad de los recursos), así como al grado de utilización de los mismos por ejemplo, existencia de alojamiento y otros servicios turísticos.

- Factores externos, que condicionan la utilización del lugar o recurso identificado (infraestructura interna y externa, etc.)

Dada la variedad de recursos existentes el autor Venancio Bote Gómez expone una jerarquización o selección de playas con base a la estrategia de desarrollo turístico del Ecuador que la OEA utiliza, y que puede resumirse en las siguientes fases:

- Definición y selección de 23 variables: **13 internas** como pueden ser: dimensión de playa, color de arena, etc., y 10 externas, como **la distancia de la capital, tramos en buen estado, etc**. Para su utilización en la valoración y representatividad de las características que debe tener una playa para su explotación, así como de las dificultades u obstáculos que, generalmente se oponen a su explotación.

- Cuantificación que cada variable seleccionada toma, en el caso de cada playa, valores que van de 0 a -3, cuando resulta restrictiva y de 0 a 3, cuando la circunstancia analizada es positiva o al menos no constituye un elemento limitativo.

- Elaboración de una matriz de selección a partir de 13 variables internas, mediante la ponderación de los asignados a cada variable en cada playa. La ponderación es mayor en aquellas variables que resultan más importantes para el desarrollo que condicionan su aprovechamiento. La suma de los coeficientes de ponderación se conviene que sea igual a y.

- Elaboración de una matriz de selección a partir de las 10 variables externas, con metodología de ponderación semejantes a la de la matriz de selección con variables internas.

Es interesante destacar que la jerarquización a partir de las variables internas, en razón de las características naturales del recurso playa, no coincide, generalmente con la jerarquización en base a las variables externas, que indica el mayor o menor costo público de su explotación, dado que en la práctica las playas vírgenes de mayor calidad suelen plantear mayores costos en cuanto a infraestructura interna y externa.

Tabla No. 14.

Matriz de selección de playas según variables internas.

Variables	Calidad de la playa						Paisaje								
	Dimensión playa seca 1	Color arena 2	Grano arena 3	Piedras 4	Transparencia del agua 5	Temperatura del agua 6	Forma playa 7	Relieve 8	Vegetación 9	Disponibilidad del terreno 10	Frente sobre playa 11	Unidad (mts) Días de lluvia 12	Trayectos 13	Ponderación	Clasificación Ordinal
Ponderación[1]	0 04	0.10	0.04	0 04	0.10	0 10	0.10	0.04	0 04	0.10	0 10	0.16	0 04	-	-
RÍO VERDE (Esmeraldas)	40 m [-1]/(-0.04)	Gris [1]/(0.10)	Fino [2]/(0 08)	Pequeñas [-1]/(-0.04)	Turbia [0]/(0)	29m [3]/(0.30)	Abierta [0]/(0)	Plano [0]/(0)	Pastos [0]/(0)	Excede el necesario [0]/(0)	Excede el necesario [0]/(0)	713/122 [-2]/(-0.32)	Si [-1]/(-0.04)	0 04	8°
PUERTO GAVIOTA (Esmeraldas)	40 m [-1]/(-0.04)	Gris claro [2]/(0.20)	Fino [2]/(0 08)	No [0]/(0)	Semiturbia [1]/(0.10)	28 [3]/(0.30)	Abierta [0]/(0)	Plano [0]/(0)	Pastos [0]/(0)	Excede el necesario [0]/(0)	Suficiente [-1]/(-0.10)	713/122 [-2]/(-0.32)	Si [-1]/(-0 04)	0 18	7°
SUA (Esmeraldas)	30 m [-1]/(-0 04)	Gris claro [2]/(0.20)	Fino [2]/(0.08)	No [0]/(0)	Semiturbia [1]/(0.10)	28 [3]/(0 30)	Bahía cerrada [3]/(0 30)	Montaña [3]/(0.12)	Nada [0]/(0)	Suficiente lejos playa [-2]/(-0.20)	Escaso [-3]/(0 30)	713/122 [-2]/(-0.32)	Si [-1]/(-0 04)	0 20	6°
EL CUERVAL (Esmeraldas)	30 m [-1]/(-0.04)	Semiblanca [3]/(0 30)	Fino [2]/(0.08)	No [0]/(0)	Semiturbia [1]/(0.10)	26 [3]/(0.30)	Arco abierto [2]/(0.20)	Plano [0]/(0)	Palmeras [3]/(0.12)	Relativament e escasa [-2]/(-0.20)	Excede el necesario [0]/(0)	1561/152 [-3]/(-0.48)	Si [-1]/(-0.04)	0.34	4°
NAPÓ (Manabi)	200 m [-1]/(-0.04)	Gris Claro [2]/(0.20)	Fino [2]/(0.08)	No [0]/(0)	Semiturbia [1]/(0.10)	27 [3]/(0.30)	Convexa [0]/(0)	Plano y montaña [2]/(0.08)	Pastos [0]/(0)	Excede el necesario [0]/(0)	Excede el necesario [0]/(0)	521/82 [-1]/(-0.16)	No [0]/(0)	0 56	2°
BAHÍAS DE CARAQUEZ (Manabi)	100 m [0]/(0)	Gris claro [2]/(0.20)	Fino [2]/(0 08)	No [0]/(0)	Semiturbia [1]/(0.10)	28 [3]/(0.30)	Arco abierto [2]/(0 20)	Plano [0]/(0)	Nada [0]/(0)	Nada [-3]/(-0 30)	Suficiente [-1]/(-0.10)	521/82 [-1]/(-0.16)	No [0]/(0)	0,32	5°
CRUCITAS (Manabi)	5 m [-3]/(-0 12)	Gris [1]/(0.10)	Fino [2]/(0.08)	Medianas y roqueríos [-2]/(-0 08)	Semiturbia [1]/(0 10)	26 [3]/(0 30)	Abierta [0]/(0)	Dunas [2]/(0.08)	Pastos [0]/(0)	Escaso [-3]/(-0 30)	Excede el necesario [0]/(0)	521/82 [-1]/(-0.16)	No [0]/(0)	0,00	9°
PUNTA JÁRAMUJO (Manabi)	40 m [-1]/(-0 04)	Semiblanca [3]/(0.30)	Mediano [3]/(0.12)	No [0]/(0)	Transparente [3]/(0.30)	27 [3]/(0 30)	Arco cerrado [3]/(0,30)	Acantilado bajo [2]/(0 08)	Pastos y arboles [1]/(0 04)	Excede el necesario [0]/(0)	Suficiente [-1]/(-0.10)	219/43 [0]/(0)	No [0]/(0)	1.30	1°
LOS ESTEROS (Manabi)	40 m [-1]/(-0 04)	Gris claro [2]/(0.20)	Fino, mediano y gr. [2]/(0.08)	Pequeñas y medianas- [-1]/(0 04)	Semiturbia [1]/(0.10)	27 [3]/(0 30)	Abierta [0]/(0)	Dunas [2]/(0 08)	Pastos [0]/(0)	Escaso [-3]/(-0 30)	Excede el necesario [0]/(0)	219/43 [0]/(0)	No [0]/(0)	0.38	3°

PLAYAS

[1] Ponderación que afecta el puntaje asignado a cada variable: [ ] puntaje asignado; ( ) puntaje ponderado

FUENTE: OEA, Estrategia del Desarrollo Turístico del Ecuador, Serie Informaciones y Estudios, Washington, 1978, pág. 111.

Tabla No. 15.

Matriz de selección de playas según variables externas.

	Variables	Distancia a Quito 1	Tramo vía en buen estado 2	Tramos en mal estado		Condiciones del terreno 5	Servicios básicos			Centro de alojamiento (diferencia) 9	Aeropuerto (distancia) 10	Ponderación	Clasificación global
				Con proyecto 3	sin proyecto 4		Luz 6	Teléfono 7	Agua potable 8				
	Ponderación[1]	0.12	0 08	0.08	0 08	0.20	0.08	0.08	0.08	0.08	0.12		
P	RÍO VERDE (Esmeraldas)	325 km [3]/(0 36)	295 km: 90.77% [2]/(0.16)	30 km: 100% [-1]/(-0.08)	- [0]/(0)	Rural [0]/(0)	A 30 km [1]/(0.08)	A 30 km [0]/(0)	A 30 km [0]/(0)	35 km [1]/(0 08)	30 km [1]/(0 12)	0.72	7°
L	PUERTO GAVIOTA (Esmeraldas)	320 km [3]/(0 36)	320 km: 100% [3]/(0.24)	- [0]/(0)	- [0]/(0)	Loteo trazado [-2]/(- 04)	Si [3]/(0.24)	A 25 km [1]/(0.08)	A 2 km [1]/(0.16)	20 km [2]/(0 16)	25 km [1]/(0 12)	0 96	6°
A	SUA (Esmeraldas)	335 km [3]/(0.36)	335 km: 100% [3]/(0.24)	- [0]/(0)	- [0]/(0)	Construido y loteo aprobado [-2]/(-0.4)	Si [3]/(0.24)	Si [3]/(0 24)	Si [3]/(0 24)	35 km [1]/(0.08)	40 km [1]/(0.12)	1.12	2°
Y	EL CUERVAL (Esmeraldas)	406 km [0]/(0)	335 km. 82.51% [1]/(0.08)	51 km: 71.83% [-3]/(-0.24)	20 km: 28.17% [-3]/(-0.24)	Rural [0]/(0)	No [0]/(0)	A 77 km [0]/(0)	Fuente [0]/(0)	106 km [0]/(0)	111 km [0]/(0)	-0.40	9°
	NAPÓ (Manabí)	354 km [2]/(0.24)	254 k: 71 75% [0]/(0)	95 km. 95% [-2]/(-0.16)	5 km: 5% [-1]/(-0 08)	Rural [0]/(0)	A 5 km [2]/(0.16)	A 5 km [2]/(0.16)	A 5 km [2]/(0.16)	5 km (con cruce en balsa) [2]/(0.16)	5 km [3]/(0.36)	1.00	5°
A	BAHÍA DE CARAQUEZ (Manabí)	331 km [3]/(0.36)	331 km: 100% [3]/(0.24)	- [0]/(0)	- [0]/(0)	Construido [-3]/(-0 6)	Si [3]/(0.24)	Si [3]/(0.24)	Si [3]/(0.24)	- [3]/(0.24)	Cruce con balsa [1]/(0.12)	1 08	4°
S	CRUCITAS (Manabí)	392 km [1]/(0.12)	392 km: 100% [3]/(0.24)	- [0]/(0)	- [0]/(0)	Loteo aprobado [-1]/(-0.2)	A 30 km [1]/(0.08)	A 30 km [0]/(0)	A 30 km [0]/(0)	30 km [2]/(0.16)	30 km [1]/(0.12)	0.52	8°
	PUNTA JARAMILLO (Manabí)	408 km [0]/(02)	408 km: 100% [3]/(0.24)	- [0]/(0)	- [0]/(0)	Loteo trazado y rural [-1]/(-0.2)	A 5 km [2]/(0.16)	A 5 km [2]/(0.16)	A 5 km [2]/(0.16)	10 km [3]/(0.24)	5 km [3]/(0.36)	1.12	2°
	LOS ESTEROS (Manabí)	396 km [1]/(0 12)	396 km. 100% [3]/(0.24)	- [0]/(0)	- [0]/(0)	Loteo trazado y rural [-1]/(-0.2)	A 1 km [3]/(0.24)	A 1 km [3]/(0.24)	A 1 km [3]/(0.24)	5 km [3]/(0.24)	- [3]/(0.36)	1.48	1°

[1] Ponderación que afecta el puntaje asignado a cada variable: [ ] puntaje asignado; ( ) puntaje ponderado.

FUENTE: OEA, Estrategia del Desarrollo Turístico del Ecuador, serie Informaciones y Estudios, Washington, 1978, pág. 114.

Tabla N°. 16
Clasificación ordinal de las playas (ponderación final)

Playas de	Variables internas		Variables externas			
	Puntaje	Puntaje ponderado 0.75	Puntaje	Puntaje ponderado 0.25	Puntaje final	Clasificación ordinal
Punta Járamijo (Manabí)	1.30	0.98	1.12	0.28	1.26	1°
Napó (Esmeraldas)	0.56	0.42	1.00	0.25	0.67	2°
Los Esteros (Manabí)	0.38	0.29	1.48	0.37	0.66	3°
Bahía de Caraquéz (Manabí)	0.32	0.24	1.08	0.27	0.51	4°
Sua (Esmeraldas)	0.20	0.15	1.12	0.28	0.43	5
Puerto Gaviota (Esmeraldas)	0.18	0.14	096	0.24	0.38	6°
Río Verde (Esmeraldas)	0.04	0.03	0.72	0.18	0.21	7°
El Cuerval (Esmeraldas)	0.34	0.26	-0.40	-0.10	0.16	8°
Crucitas (Manabí)	0.00	0.00	0.52	0.13	0.13	9°

FUENTE: OEA, estrategia de desarrollo turístico del Ecuador, serie Informaciones y Estudios Washington, 1978, pág. 118..

Tabla Nº .17
Inversión según tipos y categorías de alojamiento
Coeficientes técnicos

Ecuador[1]		Centroamérica[2]		México[3]		España[4]	
Tipos y categorías	10^6 Sucres 1982	Tipos y categorías	Dólares 1970	Tipos y categorías	Dólares 1980	Tipos y categorías	10^3 Ptas. 1967/1971
Hotelero[6]		A. Hotelero[6]		Hoteles[5]		A. Hotelero[5]	
Lujo	1.2	Lujo	19000	5 estrellas	55000	Lujo	880
Medio y		Medio	14200	4 estrellas	36000	1ª. A	660
Económico	0.6	Económico	10000	3 estrellas	18000	1ª. B	550
				2y1 estrellas	8000	2ª	330
						3ª	275
Extra-Hotelero[6]	0.4	A. Extra-Hotelero[6]		Moteles[5]		Pensiones	
				3 estrellas	15000	Lujo	275
		Lujo	7600	2 y 1 estrellas	12000	1ª.	220
		Medio	5400			2ª.	130
						3ª	120
				Aparthoteles[5]	25000	A. Extra-Hotelero[6]	
				Casa de vacaciones ($100m^2$)	22000	Campamentos	4
						Ciudad de vacaciones	65
						Apartamentos	130

T/PNUD.Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Ecuador, Madrid, 1984, tomo II pág.293

ıco Centroamericano de Integración Económica, Programa Promocional y Financiero del Turismo en los países cado Común Centroamericano. Tegucigalpa, 1972.

Boullón, Características de los Servicios de alojamiento turístico en México y su contribución a la generación de , Politur, México, Pág.38

ısejería del Plan de desarrollo Económico y Social, *II Plan de Desarrollo Económico y Social, Comisión de , Madrid,* 1 967, págs.83-84

sto unitario por habitación

sto unitario por plaza

Tabla N° 18

Coeficiente de empleo según tipos y categorías de alojamiento: plazas empleo

Ecuador[1]		Centroamérica[2]		España[3]		México[4]	
Tipos y categorías	Plazas/ Empleo 1982	Tipos y categorías	Plazas/ Empleo 1970	Tipos y categorías	Plazas/Empleo 1967//1971	Tipos y categorías	Empleo/ cuarto 1980
A. Hotelero Lujo Medio y Económico	 1.7 2.5	A. Hotelero Lujo Medio y Económico	1.5 2.0 2.5	A. Hotelero 1ª. A 2ª. B 2ª. 3ª	 2.0 3.2 4.2 4.8	Hoteles 5 estrellas 4 estrellas 3 estrellas 2y1 estrellas	 0.8-1.3 0.8-1.0 0.25-0.7 0.25-0.5
A. Extra – hotelero	10.0	A. Extra-Hotelero Lujo Medio	 10.0 15.0	Pensiones Lujo 1ª. 2ª. 3ª.	 5.2 5.8 6.0 6 3	Moteles 3 estrellas 2 y 1 estrellas aparthoteles	 0.25-0.5 0.25-0.3 0.12-0.17
				A. Extra-Hotelero Campamen-tos Casa de Vacaciones Apartamen-tos	 45.0 15.0 30.0	Casa de vacaciones	0.20-0.3

[1] OMT/PNUD Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador, Madrid, 1984, tomo II pág. 542

[2] Banco Centroamericano de Integración Económico, Programa Promocional y Financiero del Turismo en los países del Mercado Común Centroamericano. Tegucigalpa, 1972, pág. 151

[3] consejera del Plan de desarrollo Económico y Social, II Plan de Desarrollo Económico y Social, Comisión de Turismo, Madrid, 967, pág. 95

[4] R Boullón, Características de los Servicios de alojamiento Turístico en México y su contribución a la generación de empleo, Politur, México, Pág.36

Tabla N°19
Coeficientes de necesidades de personalidad empleo/plaza

1	2	3	4	5	6	7	8
Categorías del personal	Hotel de lujo	Otros Hoteles	Moteles	Residencias Secundarias	Poblados vacaciona-les	Campings	Casa de vaca-ciones
1.Alojamiento	0.50	0.50	0.30	0 10	0.30	0 06	0.20
2.Restauración	0.06	0.04	0.03	0 03	0.04	0.01	0.04
3.Comercio	0.03	0.03	0.03	0 03	0 03	0.03	0.02
4.Servicios	0.04	0.04	0.04	0.04	0 04	0 04	0 04
5.Cultura, deporte	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0 01
6.Trasportes	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016
7.Artesanía	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004	0.004	0 004
Coeficiente Medio	0.66	0.64	0.43	0.23	0 44	0.17	0.33

Fuente: OMT, Planificación integrada del Turismo, Madrid, 1977, pág. 73

Tabla N°. 20
Coeficiente de empleo según tipos y categorías de alojamiento

Hoteles	Empleo/plaza
De lujo	1.0
4 estrellas	0.6-0.9
3 estrellas	0.4-0.6
2 estrellas	0.3-0.4
1 estrella	0.2-0.3
Alojamiento extrahotelero	
Casa de vacaciones	0.1-0.2
Campings-Caravaning	0.05

FUENTE: F. Lawson y M. Baud-Bovy, Tourism and recreation development. *The Arquitectural Press, Ltd. Londres, 1977, pág. 54.*

Tabla N° 21

Dotaciones mínimas de equipamiento recreativo-deportivo y otros servicios básicos en un polo turístico de playa: m^2/ habitantes

Población turística / Tipos equipamiento y servicios	1 000	5 000	10 000	20 000	60 000
1. Equipamiento recreativo-deportivo (piscinas, pistas de tenis, etc.)	-	170	170	170	170
2. Equipamiento comercial (alimentación, farmacia, etc.)	150	725	742	742	910
3. Equipamiento de culto religioso	-	60	060	120	150
4. Equipamiento sanitario (clínica, puesto de socorro, etc.)	30	6	21	021	023
5. Servicios de asistencia a vehículos	-	40	52	052	052
6. Equipamiento cultural	-	30	30	030	050
7. Equipamiento administrativo y de seguridad	-	10	35	035	040
8. Equipamiento residencial de servicio	-	720	20	720	720
9. Equipamiento general	-	60	200	210	225
TOTAL	180	1821	2030	2100	2340

FUETE: Venancio Bote Gómez, Planificación Económica del Turismo a partir de la Guía para la preparación de normas metodológicas para la evaluación de proyectos de turismo, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 1970. Pág. 112 y ss.

Tabla Nº 22.
Diagnóstico Estratégico del Mundo Maya.
Plan preliminar de mercadeo.

FORTALEZAS	STRENGTHS	DEBILIDADES	WEAKNESSES
•Importantes ventajas competitivas del producto, singularidad, diversidad, autenticidad, impacto perceptual, complementariedad y flexibilidad. •Optima combinación de atractivos y destinos, con una oferta conjunta de cinco países •Buenas comunicaciones externas de la region •Buena predisposicion de los empresarios •Aceptable nivel de precios en la región.	•Important competititive advantages of the product: uniqueness, diversity, authenticity, sensory impact, flexibility and easily complemented •Optimum combination of attractions and destinations, five countries making a collective offer •Good communication links in the region towards the exterior •Good attitude of businessmen. •Acceptable price levels in the region.	•Carencia de planificación y regulación del desarrollo turistico regional. •Insuficiente implementacion de servicios turisticos. •Insuficiente estructuración de productos adecuados •Deficientes comunicaciones internas, especialmente las terrestres •Falta de capacitación sobre el producto a todo nivel •Deficiente facilitación fronteriza intrarregional •Falta de control ambiental en la región.	•Lack of planning and control in regional tourist development •Insufficient tourist services •Products lack structure and are therefore inadequate •Inadequate communication links within the region, especially the road network •Slow processing at inter regional border points. •Lack of environmental controls in the region.
OPORTUNIDADES	**OPPORTUNITIES**	**AMENAZAS**	**THREATS**
•Mayor crecimiento relativo de los segmentos objetivo •Concientización creciente sobre conservación en los paises emisores • Cercanía del mercado norteamericano (EE UU y Canada) •Crecimiento de los vuelos de larga distancia en Europa •Interés de los operadores internacionales por el ecoturismo •Fuerte crecimiento del "turismo verde" en el mercado •Gran introduccion de Cancún en el mercado internacional	•Greater relative growth in the segments of the international market that have been targeted •Growing environmental awareness in the countries that comprise the market •Closeness of North American market (U.S and Canada) •Increase in the number of long distance flights available in Europe •International operators' interest in ecotourism •Significant growth of "green" tourism in the market •Strong debut of Cancún in the international market.	•Peligro de degradación de los atractivos turisticos por uso masificado o indebido •Fuerte competencia con orientación ecoturistica a nivel mundial •Creciente deterioro ambiental en la region. •Persistencia de inestabilidad en la región, con perjuicio de la imagen del nuevo destino. •Prolongación de la recesión económica en los EE UU.	•Danger of deterioration of tourist attractions due to overuse or inappropriate use •Fierce worldwide competition focused on ecotourism •Growing environmental deterioration in the area •Continued instability in the area, damage to the image of a new destination •Possibility of a continued recession in the United States

Análisis Turístico

Segmentos de mercado de interés potencial para el Mundo Maya

FUENTE: Versión Editada de la sección 2.3 del Capítulo **El Mundo Maya y el Turismo** ***del Plan Preliminar de Mercadeo*** elaborado por Lieve Coppin y Francisco García Gabarra, para el grupo de asistencia Mundo Maya y la Comunidad Europea.

Este análisis nos permite obtener una perspectiva global de la planta turística disponible, fundamentalmente cuantitativa, e identificar algunos problemas estructurales (dudas o escasa importancia de determinadas categorías de establecimientos, inadecuada distribución espacial de los mismos entre otros).

La planeación económica, exige información sobre aspectos cualitativos y relevantes y, en consecuencia, realizar en la fase de diagnóstico estudios específicos a fin de obtener una visión más integral de los problemas de estrangulamientos existentes en la planta turística y que se oponen al desarrollo turístico, para lo cual se recomienda el uso de las siguientes metodologías:

- Elaboración de un diagnóstico de la planta turística a partir de la información aportada por un comité asesor del plan, constituido por representantes de las asociaciones profesionales. Método usado cuando los recursos humanos son pocos.
- Elaboración de un estudio a partir de encuestas, en profundidad, realizadas por el equipo técnico, a los gerentes o propietarios de una muestra representativa de establecimientos de alojamiento.

La formulación de la estrategia, para elaborar programas específicos o medidas de política turística que permitan superar las deficiencias identificadas, plantea, los principales tipos de problemas y estrangulamientos, mismos que la planta hotelera tiene interés ya que en la mayoría de los casos prestan una variedad de servicios turísticos como alojamiento, alimentación, recreación, etc. Estos problemas se presentan con mayor frecuencia en establecimientos de alojamiento de pequeño y mediano tamaño en la gestión, promoción, baja calidad de los servicios por falta de formación y capacitación de los recursos humanos y la inexistencia de una política de modernización crediticia y asistencia técnica, en comparación con los establecimientos de gran tamaño.

Por otro lado, el estudio y potencialización de la hotelería del pequeño y mediano tamaño, es importante no sólo porque constituye la columna vertebral de la planta turística de un importante número de países, sino también porque está más adaptada a una situación de crisis económica como la actual, en razón de que sus motivaciones no son exclusivamente económicas sino que buscan la autonomía y las relaciones humanas entre otras; crea más empleo que los establecimientos de mayor tamaño y está más al alcance de la iniciativa local de zonas más desfavorecidas.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Esta problemática que afecta ha este grupo de establecimientos la podemos agrupar como sigue:

- Problemas de infraestructura física y general.
- Problemas de calidad y nivel de precio de los servicios públicos.
- Problemas de capacitación de los elementos humanos.
- Problemas de gestión, promoción y comercialización.

En materia de infraestructura los problemas a la construcción son generalmente convencionales o sin estilo, ya que no incorpora características específicas de la arquitectura culta o popular de la zona; la decoración y el mobiliario, generalmente pobre y con escasa participación de elementos locales o artesanales; la necesidad de ciertas reformas de ampliación del número de habitaciones, incorporación de sanitarios en habitaciones, mejora de equipamiento de cocinas, etc. e incluso, problemas de infraestructura general, energía, agua, saneamiento, etc., en países en desarrollo como México.

En este tipo de establecimientos existen problemas en muchas ocasiones de limpieza e higiene en cocina, sanitarios y otros y falta de correspondencia entre la categoría oficial y la calidad del servicio, debido a que el establecimiento de las instalaciones y de la calidad del servicio y el sistema de reclasificación periódica es bastante lento por falta de recursos materiales y de elemento humano por parte de la SECTUR y porque la normatividad hace referencia fundamentalmente a aspectos meramente cuantitativos o físico técnicos.

En cuanto a precios estos se manifiestan en la falta de correspondencia con la calidad, debido a la rigidez del sistema de clasificación, diferencias poco significativas de nivel entre temporada alta y baja e insuficiencia o inexistencia de su exhibición.

Los problema de capacitación del elemento humano se plantea en dos niveles: en el nivel de gerente o propietario en el nivel medio y bajo. La capacitación en el nivel directivo es de gran interés por su estrecha relación con la calidad de los servicios prestados, rentabilidad de las inversiones y capacitación del resto del personal empleado. Generalmente, hay dos tipos de gerentes de pequeña o mediana hotelería: los de "primera generación", representativos de países o zonas en desarrollo procedentes generalmente de otro sector de actividad y que poseen reducida capacitación y, los de segunda o tercera generación "de hoteleros, que han heredado la actitud, han estudiado alguna carrera y en algunos casos en escuelas de hotelería. Para el primer caso es de máxima urgencia por estar ya dirigiendo un establecimiento,

aunque difícil, pues a la falta de formación general, incluso de los propietarios hay que añadir la existencia de cursos de formación acelerada y polivalente que exige la gestión de este tipo de establecimientos.

La capacitación en niveles medios y bajos, es especialmente grave en las áreas de cocina, bar restaurante en zonas y países en desarrollo, pues se trata de personas con nivel de instrucción primaria y que no pueden ser capacitados "en el lugar de trabajo" por el propio gerente, que, como se ha señalado, carece también de la formación adecuada, la capacitación requiere previamente un cambio de mentalidad en los gerentes, con el fin de que relacionen capacitación con remuneración y no mayor explotación y responsabilidad.

En relación con la operación, se destacan problemas con el régimen de tenencia, la falta de instrumentos contables y las dificultades y obstáculos de acceso al crédito necesario para la modernización de este tipo de establecimientos. Aunque predomina el sistema de explotación en propiedad, especialmente en los países en desarrollo, es frecuente el sistema de explotación en arrendamiento. En los establecimientos familiares, generalmente, la gestión por el propietario estimula la inversión y mantenimiento de las instalaciones aunque también puede existir gestión eficaz en régimen de arrendamiento. Los estudios por realizar deben evaluar estas dos situaciones y proponer medidas que faciliten el acceso a la propiedad.

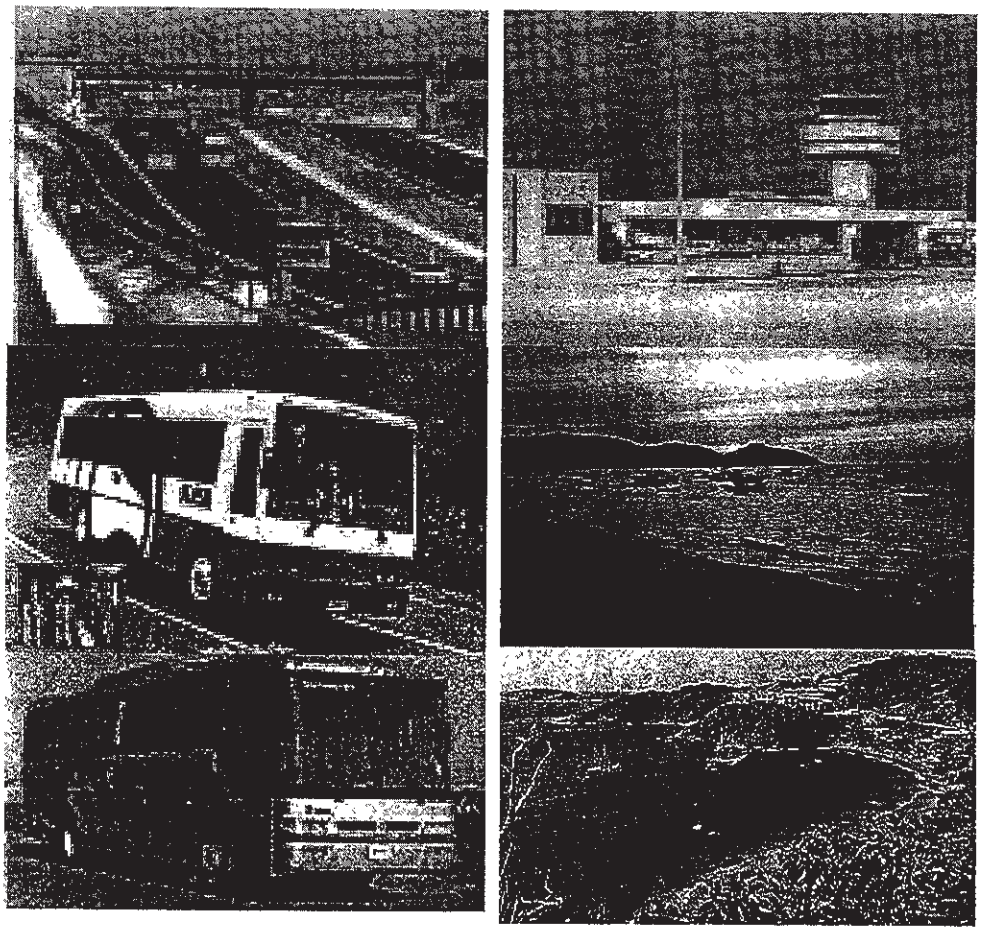
Los establecimientos pequeños y medianos carecen, en la mayoría de los casos, de un sistema contable que permita conocer con cierto rigor, el nivel y estructura de sus ingresos en alojamiento, alimentación, etc. Y los costos de personal, materias primas, etc., inventarios, grado de ocupación de rentabilidad, aspectos fundamentales para realizar una gerencia eficaz.

Además de estos problemas de la planta turística, se identifican con el diagnóstico el estrangulamiento en la infraestructura de transporte y comercialización turística; en la vialidad es importante analizar el estado de las carreteras, en su anchura, estado firme y otros; el señalamiento turístico y el general; las dotaciones y características de la planta turística como alojamientos, alimentación, etc. Y servicios básicos como es el caso de gasolinerías, talleres de reparación, etc. En los denominados "corredores turísticos".

También existen deficiencias en la infraestructura aérea y marítima, relacionadas con las características técnicas de las pistas como son longitud, estado del firme, tipos de aviones que pueden operar, el estado de los edificios

terminales, y servicios que prestan al turista (oficinas de información, casas de cambio, etc.) y las características y servicios en los puertos deportivos y de recreo (muelles, accesos, suministro de agua y energía, en cuanto a la comercialización, su objetivo es informar, persuadir y atraer la demanda turística, es necesario investigar los estrangulamientos en las actividades de promoción (publicidad, promoción de ventas y relaciones publicas) y distribución (canales de comercialización, autonomía o grado de dependencia de operadores extranjeros, sistemas de reservación etc.) realizados por agentes privados (transportistas, agencias de viajes, establecimientos de alojamiento, etc.) y sector público (administración federal, estatal y municipal) etc.).

Por su estrecha relación con la comercialización turística, es importante analizar la política de transporte, en muchas ocasiones carente de una perspectiva global y elaborada como un fin en sí mismo y no como estímulo de las actividades productivas, tales como el turismo. Por el contrario con un plan se investigarán mecanismos de coordinación e integración del transporte (aéreo, terrestre y marítimo) y el turismo.



En México el transporte más importante es el aéreo y el terrestre, pues el marítimo y el ferroviario son muy escasos. A esto se agrega que el turismo más relevante es el que proviene de los E.U.A. e ingresa por vía aérea o terrestre. Estos dos segmentos de mercado fluctúan de acuerdo con las facilidades que se les proporcione.

El avión permite, desde luego, mayor rapidez, mejor programación de viaje, facilidades crediticias y especialmente comodidad. Sin embargo, sus tarifas están fuera de alcance de la población de recursos medios, razón por la cual se recurre al transporte terrestre.

En el transporte aéreo se incluye al turismo que se desplaza en vuelos regulares y el que se desplaza mediante el sistema de charter. En el terrestre,

la división se encuentra en los turistas que utilizan el automóvil propio, el automóvil rentado, el autobús y el ferrocarril.

Los segmentos y subsegmentos de mercado sirven de orientadores en las clases de proyectos que se piensan realizar. Por ejemplo, los turistas que llegan en vuelos de líneas regulares, pueden ser mercado para hoteles de 4 estrellas gran turismo y clase especial, los de charter, para hoteles de 3 estrellas, así como los de automóvil propio y automóvil rentado; los de autobuses, para hoteles de 2 estrellas y, los de ferrocarril, para una estrella y residenciales; esto como vía de ejemplo, pues ya se mencionó que la permanencia por rangos también contribuye a la identificación de proyectos turísticos, pues su gasto permite razonar que infraestructura es la más adecuada de establecer de acuerdo a las condiciones económicas de los visitantes.

Otras variables que intervienen en la determinación de la clase de infraestructura turística son:

- Actividad y ocupación
- Sexo
- Estado civil
- Edad
- Forma de viaje
- Nacionalidad
- Motivo del viaje
- País y ciudad de residencia
- Repetición del viaje
- Ciudad de procedencia
- Ciudad de destino

La actividad y ocupación es una de las características más importantes que se debe estudiar, pues de acuerdo con ella se define la clase de proyecto según la capacidad económica; en esta característica es comúnmente efectuar las siguientes agrupaciones para un análisis más acertado.

1. Profesionales
2. Empresarios
3. Ejecutivos
4. Comerciantes
5. Amas de casa
6. Estudiantes
7. Empleados

8. Profesores y maestros
9. Profesiones intermedias o técnicas.
10. Otros.

Estos 10 grupos son suficientes en el campo turístico para determinar la demanda para un proyecto determinado.

No es lo mismo la demanda de estudiantes que la de empresarios o para comerciantes u hombres de negocios, los hoteles son muy diferentes a los de otras actividades. Tienen que ser con sus habitaciones aisladas que incluyan todos los implementos necesarios para su misión como: escritorio, papelería, cafetera, servi-bar, máquina de escribir, computadora y otros. Siempre que el hotelero entienda que el cliente tiene la prioridad número uno.

La edad es otra variable importante en el desarrollo turístico, se precisa, para efectuar su análisis, el establecimiento de rangos de edad:

1. De 0 a 15 años.
2. De 16 a 30 años.
3. De 31 a 45 años.
4. De 46 a 60 años.
5. De 61 a 75 años.
6. De 76 a 90 años.

El gasto turístico en los dos primeros intervalos o rangos es muy bajo, porque aquí existe una gran dependencia económica de los padres. Buena parte de estos dos grupos determinarán la demanda para proyectos estudiantiles. Los grupos más dinámicos en gasto son el 3 y 4, y son los que responden a la realización de la mayoría de los proyectos de alta rentabilidad. En este rango las personas gozan de buenas condiciones económicas en los negocios, empresas y empleos, y se esta es posibilidad de desplazarse en viajes nacionales o internacionales.

Los grupos de 61 a 90 años, gastan menos que el grupo anterior, especialmente porque sus condiciones físicas no les permiten disfrutar de todas las diversiones que brinda la actividad turística.

El género es fundamental para la selección de la clase de esparcimiento y de servicio a brindar por parte del operador turístico. En el caso del hotel, se debe contar con un salón de belleza, un salón de gimnasia y una tienda de compras con los implementos necesarios, cuando la clientela incluye un buen porcentaje el sexo femenino. Esta variable va complementada con el estado civil, porque de existir un buen porcentaje de visitantes solteros, se requiere

planificar la diversión, tomando en cuenta que este tipo de turismo viene dispuesto a gastar, especialmente el turismo receptivo.

Otra variable es la forma de viaje; o sea si el turista llega solo, en grupo, en familia o acompañado. Los hoteles tienen que estar adaptados para esta condición es decir que para el turismo en grupos o en familia, se debe disponer de habitaciones amplias y comunicadas para no romper el grupo o la unidad familiar.

En el caso del turismo cultural, los hoteles podrán construirse con implementos adecuados a sus características, como una pequeña biblioteca, buena información por parte del personal del hotel o folletos; presentación de bailes folklóricos de la región dentro del mismo hotel para retener a la clientela, venta de guías y mapas, postales y revistas culturales. Todo debe ir complementado con las agencias de viajes que deben disponer de buenos paquetes turísticos, desde el punto de vista económico y cultural, con el servicio de buenos guías que conozcan realmente el tema que están exponiendo, así como el idioma de cada una de las corrientes turísticas que visitan el lugar. El turismo cultural es de muy baja permanencia, razón por la cual se combina con otros turismos para darle rentabilidad.

El turismo científico es de mayor duración, pues está integrado por historiadores, literatos, arqueólogos, geólogos, antropólogos y demás profesiones afines a la parte cultural. Este turismo si se define por sí solo y muy poco le interesa participar en otras diversiones ajenas a su campo.

El turismo de vacaciones es el más amplio y precisa de estudios más específicos. Cada día es mayor el número de personas que pueden viajar por los logros sociales, el aumento del ingreso familiar, la explosión demográfica, las conquistas obtenidas en las ciencias médicas, un menor número de horas de trabajo, un incremento en el tiempo disponible para el esparcimiento productivo y un promedio de vida más largo. Todos estos factores han convertido al turismo en una importante actividad de desarrollo económico y de progreso social, espiritual y cultural.

La urbanización ha ayudado fuertemente a los desplazamientos del hombre y ha convertido el turismo en una gran necesidad para estos enormes grupos poblaciones.

La necesidad sociológica de imitar a los demás es otro factor que ha contribuido al incremento de los viajes. Si un familiar, un amigo o un vecino salen de viaje y al regreso cuentan sus impresiones y reflejan su satisfacción

entonces se siente el deseo de imitarlos, hasta el punto de transformarse en necesidad.

Las vacaciones se pueden disfrutar en la montaña, en la nieve, en el mar, en las ciudades, en los alrededores de la ciudad y en una gama muy amplia de lugares, en la actualidad, el alpinismo o montañismo se ha convertido en un deporte muy extendido, porque la montaña ofrece, de igual modo, posibilidades de diversión tanto a los que van en busca de calma y reposo, como a los aficionados a los sitios bellos, excursiones en coche o grandes caminatas a pie. Además, desde el punto de vista terapéutico, la montaña es muy importante por la gran pureza que posee, el aire exento de gérmenes, polvo y humedad, cuando se alcanza una cierta altura. Asimismo, el sol y la luz se acrecentan y, por otra parte, la disminución de la presión atmosférica provoca la dilatación de los gases contenidos en la sangre de lo que resulta una multiplicación de los glóbulos rojos y por tanto una mejor oxigenación. La montaña muy frecuentada durante el buen tiempo, tiene mayor atractivo cuando sus cumbres están cubiertas de nieve.

Aunque las vacaciones de invierno son por lo general más cortas que as de verano, el periodo de permanencia de esquí, hoy en día tiene una duración mayor, por la enorme afición que ya tienen este deporte. Otro nercado es el camping, término que surgió por primera vez a comienzos del siglo XX, en las publicaciones dedicadas a los viajes, y en la actualidad se emplea internacionalmente para designar la modalidad de turismo deportivo que utiliza la tienda, el remolque o cualquier otro alojamiento similar como vivienda, durante un periodo más o menos largo, aunque los orígenes de esta modalidad deportivo–turística son inciertos parece ser que el primero en practicarla fue T. M Holding, en 1877, como parte de una travesía en canoa por Escocia, y, desde entonces, año tras año el número de sus adeptos se ha visto incrementado con nuevos simpatizantes. Sin embargo, el hecho de utilizar una tienda de campaña o un remolque como alojamiento circunstancial de un viaje no implica, necesariamente, un modo de vida primitivo, semejante los de los tiempos heroicos del camping ya que, hoy en día, la abundancia y facilidad de los utensilios y de los servicios permiten satisfacer con seguridad las necesidades y gustos más diversos.

Un remolque cuesta más caro que una tienda de campaña, pero ofrece na comodidad mucho mayor.

Entre sus ventajas deben señalarse la rapidez de instalación y la posibilidad de colocarlo en cualquier parte, y por estar preparado decuadamente con aislamiento y calefacción suficiente, el remolque puede rontar climas rigurosos.

Otro mercado turístico es el que se relaciona con los deportes náuticos. En realidad, la navegación por placer alcanza cada día mayor número de adeptos. Durante las vacaciones suelen utilizarse la barca de remos, el velero y la lancha de motor junto con otros equipos deportivos; pesca, submarinismo, esquí acuático, pero a veces la navegación representa por sí mismo el principal deporte.

En realidad, la finalidad no es propiamente el evento mismo, sino la infraestructura deportiva y turística que tiene que crearse para su celebración y que luego quedará como una sólida inversión para el desarrollo del deporte nacional y el turismo internacional e interno.

En México, la celebración de un evento de categoría internacional, es la única alternativa que se tiene para hacer del turismo un campo importante, por cuanto se hacen grandes esfuerzos entre gobierno y sector privado por invertir, siendo la primera incidencia económica la alta generación de empleo directo e indirecto que luego se refleja en el ingreso nacional.

En la actualidad existen muchas formas interesantes y agradables de divertirse; el mercado turístico, está segmentado por motivo del viaje en las siguientes corrientes de visitantes:

- Turismo de descanso o de vacaciones.
- Turismo de negocios y de compras.
- Turismo deportivo.
- Turismo de aventura.
- Turismo religioso.
- Turismo cultural.
- Turismo científico.
- Turismo gastronómico.
- Turismo estudiantil.
- Turismo de congresos, convenciones y similares.
- Turismo familiar y de amigos.
- Turismo de salud o medicinal.

El turismo de descanso o de vacaciones.- Se explica por sí solo y se relaciona con los periodos de reposo que permite reiniciar labores con nuevo ánimo y vigor. No existe mejor descanso que el derivado de un cambio de ambiente, y este cambio no puede ser más completo ni más beneficioso que

cuando es obtenido merced a un viaje, sea al exterior o dentro del propio país. Esta clase de turismo se ha generalizado en tal forma que constituye una de las más grandes manifestaciones del turismo en general, y es la base sobre la cual se funda el postulado de que el turismo debe ser considerado como fenómeno social.

Turismo de negocios y de compras.- Antes se excluía, del concepto turismo, a la persona que viajaba por razones de negocios, esto es, con una finalidad directa o indirectamente lucrativa. Sin embargo, como esa finalidad de los desplazamientos es cosa que pertenece al fuero interno del viajero, no es posible discriminarlos en las estadísticas tanto fronterizas como hoteleras, además, estas personas utilizan los mismos servicios del turista: alojamiento, alimentación, transporte y diversiones, razón por la cual se deben contabilizar para efectos de comercialización.

En este aspecto, el papel de las artesanías es de gran interés y se debe fomentar no sólo su desarrollo, sino que debe vigilarse la producción para llegar a ofrecer artículos artísticos que acrediten el país de origen como nación laboriosa y de buen gusto. Los países desarrollados son visitados por fuertes corrientes turísticas que llevan como objetivo primordial realizar compras.

Turismo deportivo.- Su desarrollo ha sido de forma especial, debido a la implantación del deporte como norma de descanso y fortalecimiento de la raza humana. El desplazamiento se efectúa como consecuencia de la realización de eventos deportivos en diferentes lugares del mundo.

Es lógico que el turismo internacional sólo se interesa por las competencias de gran importancia y por ello son éstas las únicas que merecen atención. Los clubes y además instituciones deportivas colaboran grandemente al desarrollo del turismo, ya que tanto las competencias que organicen, como las instalaciones propiamente deportivas y las complementarias atraen viajeros y abren al turismo zonas y parajes desprovistos de medios de comunicación y alojamiento.

Turismo de aventura.- En todos los tiempos el aventurero comenzó por "vagabundear" hacia regiones ignoradas, contribuyendo con sus relatos, verbales y escritos, a desplazamientos que provocaron cambios que ya son acontecimientos registrados en la historia de los hombres y los pueblos. Este turismo se desarrolla principalmente en países que cuentan con zonas selváticas y ríos caudalosos como el amazonas, en Sudamérica; Chiapas en México; las selvas de Africa y de Norteamérica.

Turismo religioso.- El turismo religioso tiene relación, como su nombre lo indica, con romerías y peregrinación que los fieles realizan a lugares sacrosantos.

Turismo cultural.- El deseo de aumentar los propios conocimientos o de disfrutar emociones artísticas es causa frecuente del desplazamiento de muchas personas para conocer las obras de arte no hay medio más eficaz, no obstante sus posibles reproducciones, como la contemplación directa de las mismas, y de ahí la gran atracción que ejercen los monumentos, los museos, ruinas arqueológicas, etc.

Mientras que determinadas formas de esta clase de turismo requieren estadía prolongada en una ciudad, el turismo cultural pasa rápidamente, pues salvo contados casos de estudios que requieran conocer y contemplar detenidamente las obras de arte, la mayoría de los turistas se contentan con verlas, quizá porque les interesa únicamente poder decir que las han visto. Es esta la causa del bajo promedio de permanencia que registran los lugares de cultura y ciudades de arte, en relación con los que poseen playas y balnearios.

Turismo científico.- Permite este turismo que el país y su cultura sean conocidos en mayor medida. Con las reuniones de carácter científico afluyen los turistas, con una permanencia más prolongada y un alto gasto por día.

Turismo gastronómico.- Es la afición a satisfacer los gustos que al paladar produce la comida selecta, dando lugar no sólo a una serie de viajes para encontrar los manjares más agradables, sino a un continuo intercambio de alimentos y bebidas. La condimentación ha llegado a ser un verdadero arte objeto de innumerables tratados y libros culinarios, no sólo en los momentos actuales, sino en épocas remotas.

Turismo estudiantil.- La necesidad de trasladarse a otros lugares para ampliar sus horizontes, viajes que para mayor provecho se hacen al exterior. Es bien sabido que siempre se ha considerado a los viajes como complemento indispensable de la educación. Acontecimientos históricos de la más grande importancia pueden ser considerados como derivados de la amplitud de los conocimientos adquiridos en sus desplazamientos y debemos admitir que la perfección de estos conocimientos no hubiera sido posible sin la realización de tales viajes.

Turismo de congresos, convenciones y similares.- La complejidad de los avances científicos y la de los problemas que la ciencia nos lleva a conocer, nos hacen ver que es, de todo punto de vista, imposible el dominio total de los ramos del saber y que es imprescindible el mantenimiento de

relaciones de hombre a hombre y de grupo a grupo entre los especialistas para intensificar el intercambió de ideas y de adelantos que contribuya a facilitar el avance hacia la solución de todas las incógnitas, ya que en nuestra época han quedado totalmente descartados los presentimientos, la intuición y se tiende a poner al margen el prestigio individual. Esto ha dado origen en la actualidad al turismo denominado de congresos o convenciones que cada día aumenta, con el fin de intercambiar ideas de toda índole científica.

Desde fines de la segunda guerra mundial los medios interesados en el turismo se han dado cuenta, cada vez en mayor medida, de la importancia de la organización de congresos. Algunas ciudades o lugares turísticos se han especializado en esta materia y obtienen por ello grandes ventajas.

Turismo familiar y de amigos.- Se efectúa con el fin de visitar amigos o parientes en el exterior o dentro del país. En buena parte ha sido el fruto de viajes anteriores, que han dado lugar al establecimiento de amistades con personas de la nación o naciones visitadas. Esto ocurre con gran frecuencia especialmente en aquellos donde ya está formada la conciencia turística, pues es lógico que si todos los ciudadanos conocen el significado y la importancia del turismo, si en ellos se da la hospitalidad y la delicada cortesía con los extraños, se dispondrá de una fuerza decisiva para atraerlos. En estas condiciones, los viajeros disculparán fácilmente las deficiencias materiales y se convertirán en un cliente fijo y servirá de arma poderosa de propaganda del país visitado; en cambio, rehuirán su estadía en las naciones donde todos los servicios funcionen a la perfección, pero el trato resulte descortés. En resumen, son elementos fundamentales para el desarrollo del turismo: la afabilidad, los buenos modales, y la pulcritud en el aspecto exterior, un gran sentido estético en la presentación de escaparates e instalaciones comerciales, un discreto sentido de los límites en los precios no sujetos a reglamentación.

Turismo de salud o medicinal.- Busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamental del bienestar físico, mental y social; para lograrlo, los turistas se desplazan a lugares de buen clima, que posean aguas termales o existan médicos destacados en alguna rama de esta profesión, como la cardiología, la oncología y otras más.

En estos 12 segmentos, se pueden incluir cualquier variedad del turismo que se precise estudiar. Por ejemplo, el turismo de playas se ubica en el primer grupo, o sea, turismo de descanso o de vacaciones. La pesca y la caza se incluyen dentro del turismo deportivo, los mismo que el alpinismo y el hipismo. El turismo de compras se incluye en el turismo de negocios. La avifauna en el grupo que se refiere a turismo científico.

La oferta nacional de servicios turísticos en el país está constituida por empresas que se agrupan de la siguiente manera: establecimientos de hospedaje, que incluye a los hoteles, moteles, casas de huéspedes, condominios y otros; establecimientos de alimentos y bebidas que incluye restaurantes, bares, cafeterías, centros nocturnos y discotecas; agencias de viajes que incluye a todas aquellas agencias de viajes ya sea touroperadores, mayoristas o minoristas; transportadoras, incluye a autobuses turísticos, ferrocarriles en rutas turísticas, transportadoras marítimas, fluviales y lacustres; arrendadoras de automóviles; empresas de servicios complementarios como tiendas de artesanías, de balnearios, centros de convenciones y parque de diversiones.

Por las características propias de cada destino turístico del país, la Secretaría de Turismo los ha clasificado en:

Centros integralmente planeados que incluyen:

- Bahías de Huatulco, Oax.
- Cancún, ¨Quintana Roo.
- Ixtapa-Zihuatanejo, Gro.
- Loreto y los Cabos, B.C.S:

Centros tradicionales de playa, incluyen:

- Acapulco, Gro.
- La Paz, B.C.S.
- Mazatlán, Sin.
- Veracruz, Boca del Río Ver.
- Cozumel, Q. Roo.
- Manzanillo, Col.
- Puerto Vallarta, Jal.

Grandes ciudades, que incluyen:

- Distrito Federal
- Monterrey, N.L.
- Guadalajara, Jal.

Programa frontera norte, que incluye:

- Cd. Juárez, Chih.
- Tijuana, B.C.
- Reynosa, Tamps.

Centros turísticos del interior, que incluyen:

- Aguas Calientes, A. G.S.
- Campeche, Camp.
- Cd. Juárez, Chih.
- Cuautla, Mor.
- Cuernavaca, Mor.
- Durango, Dgo.
- Guanajuato, Gua.
- Hermosillo, Son.
- Ixtapan de la Sal, Mex.
- Mérida, Yuc.
- Morelia, Mich.
- Municipios de Durando.
- Municipios de Morelos.
- Oaxaca, Oax.
- Pachuca, Hgo.
- Puebla, Pue.
- Querétaro, Qro.
- Reynosa, Tamps.
- Tijuana, B. C.
- Tlaxcala, Tlax.
- Toluca, Méx.
- Tuxtla Gutiérrez, Chis.
- Valle de Bravo, Méx.
- Villa Hermosa, Tab.
- Zacatecas, Zac.
- Tepic, Nay
- Tequisquiapan, Qro.

Programa mundo maya, que incluye:

- Campeche, Camp.
- Mérida, Yuc.
- Tuxtla Gutiérrez, Chis.
- Cancún y Cozumel, Q. Roo.

- San Cristóbal de las Casas, Chis.
- Villa Hermosa, Tab.

Programas ciudades coloniales, incluye:

- Aguascalientes, Ags.
- Campeche, Camp.
- Durango, Dgo.
- Distrito Federal
- Ixtapan de la sal, Mex.
- Mérida Yucatán
- Pachuca, Hgo.
- Morelia, Michoacan
- Querétaro, Qro.
- San Cristóbal de las Casas, Chis.
- San Luis Potosí, S.L.P.
- Taxco, Gro.
- Tlaxcala, Tlax.
- Valle de Bravo, Mex.
- Veracruz, Veracruz
- Cuernavaca, Mor.
- Guanajuato, Gto.
- Guadalajara, Jal.
- Oaxaca, Oax.
- Puebla, Pue.
- Saltillo, Coah.
- San Juan del Río., Qro.
- San Luis Potosis, S. L. P.
- San Miguel de Allende, Gto.
- Tequisquiapan, Qro.
- Toluca, Mex.
- Tuxtla Gutiérrez, Chis.
- Zacatecas, Zac.

México está considerado como uno de los diez países megadiversos por su flora, fauna y ecosistema únicos. Cuenta con más de cien áreas ecológicas protegidas como reservas especiales de la biosfera, parques nacionales, monumentos naturales, etc., incluidos en el sistema nacional de áreas naturales protegidas por (SEMARNAP) el INE (Instituto Nacional de Ecología). Estas categorías de manejo difieren en tamaño, pero contienen uno o más ecosistemas de importancia

nacional, de gran belleza escénica, con flora y fauna de importancia científica, histórica, educativa o recreativa.

Las reservas de la biosfera suman más de 10,000 hectáreas de zonas relevantes a nivel nacional, y son una nueva estrategia de conservación ambiental que combina objetivos como la preservación de los ecosistemas, la educación y recreación, así como la incorporación de las comunidades que habitan dentro del área, con apoyo de una o más instituciones en su administración e investigación. Estas áreas son los últimos reductos del planeta, las densas selvas, enormes ballenas y el sonoro rugido del mayor felino de América, el jaguar.

En México el sector turístico tiene una gran importancia cuando se habla de la estructura económica interna; durante 1997 se captó el 12% de la inversión total bruta, independientemente que contribuirá aproximadamente con el 5.5% en el Producto Interno Bruto. **Otro elemento que refuerza la importancia de esta industria es que continúa siendo la tercera fuente generadora de divisas, después del petróleo y de la industria manufacturera**. Los empresarios y analistas del ramo consideran que adecuadamente promocionada puede llegar a ser el líder del comercio exterior de México en el próximo siglo.

La Secretaría de Turismo consideró que al cierre de 1997 esta actividad presentó un crecimiento de entre el 6 y 8 % con una captación de divisas de entre 7 mil 300 y 7 mil 500 millones de dólares, siendo que el año anterior dicha cifra ascendió a 6 mil 934.4 MDD y reportó un crecimiento del 12.2.

De acuerdo con esta dependencia, la infraestructura del sector está compuesta por una oferta de 9 mil 172 hoteles, con 385 mil 726 habitaciones disponibles, estimando que en el año se hospedaron 30.8 millones de visitantes nacionales y extranjeros, coadyuvando a que el porcentaje de ocupación se ubique en el 57%, 3.4 puntos más que en 1996.

CATEGORÍAS DE LOS CENTROS TURÍSTICOS

1.- ***Centros de playa***, que incluyen los "integralmente planeados" y los "tradicionales de playa" y que comprenden las ciudades de Cancún, Ixtapa, los Cabos, Loreto, Huatulco, Acapulco, Cozumel, Mazatlán, Puerto Vallarta, Veracruz, la Paz y Manzanillo.

Se estimó que en 1997 se hospedaron 10.8 millones de turistas, alcanzando un porcentaje de ocupación del 61.3%, 3.6 puntos más que el año anterior.

2.- ***Grandes ciudades*** se previó hospedar a más de 10 millones de visitantes con un porcentaje de ocupación del 56.9% 3.1 puntos porcentuales más en comparación con el año anterior.

3.- ***Centros turísticos del interior y fronterizos***, en donde se consideran las principales ciudades coloniales, comerciales, fronterizas y recreacionales, y cuyo hospedaje se establece en 9.8 millones de turistas, con un porcentaje de ocupación del 48.6%.

Tabla Nº 23

Actividad Hotelera en Centros Turísticos Seleccionados 1997 p/.

	1996					1997					Variación 96/97	
	Núm. de Cuartos 1/	Ocupación (%)	Huéspedes			Núm. de Cuartos 1/	Ocupación (%)	Huéspedes			Cuartos	Huéspedes
			Nacionales	Extranjeros	Total			Nacionales	Extranjeros	Total		
: Playa	73,927	58.9	5,202,219	3,982,100	9,184,319	75,936	61.3	5,643,957	4,439,046	10,083,003	2.7	9.8
tulco, Oax.	1,846	51.9	116,230	43,099	159,329	2,029	53.4	123,588	51,442	175,030	9.9	9.9
neja, Gro.	4,446	50.2	257,087	157,568	414,655	4,738	51.7	229,259	162,239	391,498	6.6	-5.6
CS 4/	4,072	73.5	68,818	478,764	547,582	3,906	63.6	81,041	647,845	728,886	-4.1	33.1
	15,756	44.2	1,577,060	336,979	1,914,039	16,214	42.6	1,513,441	346,252	1,859,693	2.9	-2.8
	1,336	50.8	156,718	51,861	208,579	1,397	57.4	176,774	55,087	231,861	4.6	11.2
	6,585	46.7	529,964	193,799	723,763	6,435	52.1	578,995	222,110	801,105	-2.3	10.7
a del Río, Ver.	5,552	45.8	1,230,711	50,576	1,281,287	5,812	54.3	1,597,145	48,495	1,645,640	4.7	28.4
	40,188	57.0	5,736,494	1,640,526	7,379,020	39,008	58.2	5,605,042	1,740,044	7,345,086	-2.9	-0.5
IL	6,624	60.5	879,997	172,872	1,052,869	6,903	63.4	1,075,185	166,453	1,241,638	4.2	17.9
s, Ags.	2,519	38.0	260,453	13,427	273,880	2,503	44.4	312,563	10,271	322,834	-0.6	17.9
, Chih.	2,777	55.4	633,457	79,861	713,318	2,802	73.8	675,568	74,694	750,263	0.9	5.2
o. 4/	1,634	57.7	373,741	5,795	379,536	1,484	60.4	325,025	3,466	328,491	-9.2	-13.4
ion. 4/	1,752	57.8	314,819	33,771	348,590	1,652	55.5	251,127	30,697	281,824	-5.7	-19.2
	4,043	45.7	338,879	284,047	622,926	4,194	53.1	445,961	313,263	759,224	3.7	21.9
e Durango 2/	1,080	55.0	247,627	7,509	255,136	1,080	57.3	227,554	4,105	231,659	0.0	-9.2
	3,286	48.8	392,593	175,833	568,426	3,306	49.2	409,391	197,703	607,094	0.6	6.8
	3,451	42.8	614,140	92,381	706,521	3,319	51.3	572,591	70,741	643,332	-3.8	-8.9
mps.	2,132	51.1	311,040	38,008	349,048	2,186	59.2	360,166	53,873	414,039	2.5	18.6
l de las Casas, Chis.	1,122	43.1	101,881	120,633	222,514	1,147	45.7	96,352	153,071	249,423	2.2	12.1
osí, S.L.P.	2,418	43.4	306,317	19,840	326,157	2,472	39.3	300,906	13,571	314,478	2.2	-3.6
	800	41.8	118,200	61,498	179,698	803	44.7	121,179	61,692	182,871	0.4	1.8
an, Qro.	701	17.1	55,389	904	56,293	690	20.4	65,204	559	65,763	-1.6	16.8
	1,043	31.4	149,229	5,698	154,927	1,162	40.0	225,167	12,186	237,353	11.4	53.2
érrez, Chis.	1,724	44.6	268,629	29,087	297,716	1,966	47.5	317,846	30,977	348,823	14.0	17.2
a, Tab.	2,081	61.2	354,385	43,273	397,658	2,045	67.2	418,066	38,493	456,559	-1.7	14.8

Estos datos muestran que los turistas prefieren los **"centros de playa"**, los que captan el 35.1% del total de los visitantes hospedados; **en segundo lugar** se ubican las **"grandes ciudades"** con una participación del 33.1% y el 31.8% restante corresponde a los **Centros Turísticos del Interior y Fronterizos".**

Bajo este contexto, algunos empresarios del sector han tratado de promover una mayor diversificación de la oferta hacia otros destinos que sean atractivos para los turistas, como el llamado turismo ecológico, así como apoyar el turismo cinergético, el de la caza, el cual es factible de ser practicado en los estados de Tamaulipas, Baja California, Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Campeche, Yucatán y el Estado de México particularmente.

Sea como fuere, con esta infraestructura y las políticas que se han aplicado al respecto, el año pasado México pasó del octavo al séptimo lugar a nivel mundial por la recepción de turistas, aún cuando su participación se mantuvo en 3.6%, y para 1997 se conservó dicha posición.

Por ello los industriales hoteleros han emprendido una serie de planes de corto y largo plazo, destinando elevadas sumas de dinero en presencia y/o modernizar sus hoteles, así como para expandirse para otros lugares potencialmente turísticos.

Uno de los proyectos que dio inicio es del Grupo Costamex, quien se asoció con la cadena hotelera española La Occidental, para la construcción de cuatro hoteles, dos en el corredor de Cancún-Tulum, uno en Cozumel y otro en los Cabos, que contarán en total con 2 mil 800 cuartos, y una inversión aproximada a los 200 millones de dólares.

Por su parte, el Grupo Plan Hoteles (GPH), en el que participa el grupo Banamex-Accival, planea invertir cien millones de dólares en 18 exhaciendas henequeneras de Yucatán, las cuales en tres años serán convertidas en hoteles de lujo o paradores turísticos.

La Cadena Quinta Real firmó una Asociación con el Grupo Piasa (subsidiaria del Grupo Acerero del Norte) y con Goldman Sachs, para la construcción de tres hoteles que se ubican en los Cabos, Cancún y el Distrito Federal. Para llevar acabo este proyecto se invertirán 80 millones de dólares, en tanto que se continúa con la construcción de un hotel en Punta Diamante.

Grupo Piasa tiene proyectos derivadas de su asociación con Chartwell Leisure Corportion que opera la franquicia Travelodge, con quien creó la empresa Chartwell de México para instalar 30 hoteles de

100 habitaciones cada uno, pretendiendo construir los primeros en Coatzacoalcos, Veracruz; Ciudad Juárez, Chih. y Lázaro Cárdenas, Mich.

Otra cadena hotelera interesada en este sector es Sol Meliá, pues planea construir cuatro hoteles, dos en la ciudad de México y otros dos en el corredor Cancún-Tulum.

El grupo Posada proyecta invertir en Baja California Sur, eN los Cabos, uno de los proyectos es la construcción del Hotel Fiesta Americana de 250 habitaciones y 234 villas, para lo cual invertirá 80 millones de dólares, independientemente que continúa con la construcción de los Hoteles Fiesta Inn en Saltillo, Querétaro, Monterrey y Estado de México.

Ritz Carltow, socio de Marriott, construyo un hotel con 300 habitaciones en Cabo del Sol, que se termino en 1999.

Los Hermanos Cossio están construyendo el Hotel Brisas en Cabo San Lucas, que contará con 160 villas.

Ernesto Coppel está por inaugurar un hotel en los Cabos, que contará con 264m mediante una inversión de 40 millones de dólares, mismo que operará con el esquema de tiempo compartido.

Estos ejemplos confirman el enorme interés y potencial que existe hacia este sector, tanto de grupos nacionales, como de las grandes cadenas internacionales.

TIEMPOS COMPARTIDOS

Tienen cada vez una mayor relevancia dentro de esta actividad, ya que están al alcance de un amplio número de turistas.

Datos de RCI muestran que durante 1996 el turismo de tiempo compartido a nivel mundial está conformado por 4 mil 500 desarrollos en alrededor de 80 países y propietarios residentes en más de 170 países.

En México y Centroamérica, la oferta estuvo constituida por 317 desarrollos turísticos, divididos en 293 afiliados y 24 nuevos, estimándose que durante 1997 dicha infraestructura podría registrar un crecimiento aproximado al 5 por ciento; en México los desarrollos afiliados, sin tomar en cuenta los nuevos, están ubicados en Acapulco (28); Huatulco (4); Baja California (38);

Cancún (50); Cozumel (6); Los Cabos (7); Ixtapa (6); Manzanillo (14); Mazatlán (29); Puerto Vallarta (46) y otras ciudades (42).

EL COMPORTAMIENTO DEL TURISMO RECEPTIVO NOS DA UNA IDEA DEL ATRACTIVO Y POTENCIAL QUE TIENE ESTE MERCADO.

Diversas fuentes estiman que durante 1997 el total de turistas ascendió a 9 millones 525 mil turistas, con un crecimiento cercano al 10% en comparación con el año anterior.

PARTICIPACIÓN DE MERCADOS POR DESTINO TURÍSTICO.

Se distribuye como sigue 29.9% a Cancún; 3.9% a Cozumel; 2.1% a. Huatulco; 25.3% a Acapulco; 5.2% a Ixtapa-Zihuatanejo, 5.9% a Manzanillo; 11.4% a Puerto Vallarta; 9.5% a Mazatlán; 6.8% a los Cabos, y el resto a otras ciudades.

Se estima que en 1997, las semanas vendidas ascendieron a 103 mil, con un precio promedio de 8 mil 454 dólares, lo que implica un crecimiento del 11% respecto al año anterior.

La estructura de los propietarios por semanas vendidas en nuestro país muestra que el 33% se conforma por mexicanos y el 67% por extranjeros, siendo que las semanas adquiridas por nacionales para cada destino fueron: Acapulco 30.7%; Mazatlán, 4.2%; Puerto Vallarta, 8.4%; Manzanillo, 11.7% ; Cancún 21.9%; Ixtapa, 3.9% y otros destinos, 19.2%; y por extranjeros para Cancún, 37.9%; Puerto Vallarta, 19.4%; Mazatlán, 10.7%; Baja California, 20.3% y otros destinos 11.7%

El transporte aéreo se constituye como una de las actividades más importantes y estrechamente relacionada con el turismo. Datos de la Secretaría de Turismo indican que en 1996 las líneas aéreas realizaron 434 mil 893 vuelos, de los cuales 326 mil 430 fueron nacionales, 81 mil 115 internacionales y 27 mil 448 charters, y para finales de 1997 se tuvo un crecimiento del 10%, tanto que estamos hablando de 478 mil vuelos.

En cuanto al número de personas transportadas, en 1996 ascendió a un poco más de 23 millones, de las cuales 14.8 millones arribaron en vuelos nacionales, 6.1 millones en internacionales y 2.2 millones en charters, representando un crecimiento del 8.3% en comparación con el año anterior.

Para 1997, se tuvo un crecimiento del 10.5%, es decir 25.4 millones de pasajeros, de los cuales aproximadamente 16.0 millones utilizarán vuelos nacionales; 6.9 millones, vuelos internacionales y 2.2 millones, vuelos charters.

En lo que concierne a la llegada de vuelos a los aeropuertos del país por centro turístico, los centros de playa recibieron aproximadamente 99 mil 142; las dominadas grandes ciudades, 199 mil 055 y los centros turísticos del interior, 150 mil 800.

Otra alternativa para atraer turismo, la constituyen los crucero; de hecho, los analistas y empresarios del ramo ubican a este medio como un mercado millonario pero que hasta ahora ha sido poco explotado en México.

Información de la SECTUR, indica que en 1996 el arribo de pasajeros al país por medio de cruceros fue de 2 millones 080 mil turistas, y para 1997 un arribo de 2 millones 300 mil turistas.

Por su parte, el número de arribos de cruceros a los puertos del país fue de mil 969, que conllevó un crecimiento del 3.5% respecto con 1995 y para 1997 de 2,094 que significa un 6.5% de incremento.

Esta cantidad podría ser mayor apuntan los especialistas, pero la limitada infraestructura de los puertos mexicanos frena el movimiento de cruceros en éstos.

Nos obstante, en 1996, los principales puertos que registraron arribo de cruceros fueron Acapulco, que recibió 116; Cabo San Lucas, 109; Cozumel, 677; Ensenada, 229; Manzanillo, 3; Mazatllán, 83; playa del Carmen, 625; Progreso, 16; Puerto Vallarta, 97 y Zihuatanejo, 14.

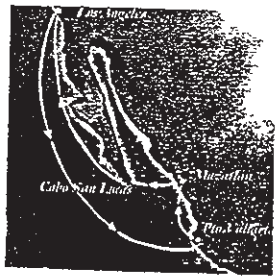
En cuanto al número de pasajeros, los datos son los siguientes: Acapulco recibió a 179 mil 373; Cabo San Lucas, a 85 mil 601; Cozumel, 985 mil 656; Ensenada a 347 mil 251; Manzanillo, 1 mil 183; Mazatlán 118 mil 963; playa del Carmen 210 mil 824; Progreso 3 mil 198; Puerto Vallarta, 133 mil 064, y Zihuatanejo, 14 mil 533.

Cabe señalar que las empresas que operan en México por medio de sus representantes son: Seabourn Cruce Line, Winstar, Royal Olimpic Envices, Cunaro Royal Vikine, Norweglan Cruise Line, Royal Caribbgean International, Costa Cruices Lines y Princess y Orient Lines.

Los recorridos

En el Pacífico

Una ruta favorita es La Rivera Mexicana, cruceros de siete días zarpando de Puerto Vallarta, visitando Mazatlán y Cabo San Lucas antes de llegar a Los Angeles, California



De Acapulco hay hasta abril una o dos salidas mensuales para cruceros de diez días pasando por el Canal de Panamá con escalas en Costa Rica, Colombia, Aruba y Las Islas Vírgenes antes de llegar a Puerto Rico o La Florida.

En el Caribe

Hay muchas opciones, desde tres o cuatro días saliendo de Florida y visitando Las Bahamas y Cozumel, o en el Caribe Meridional, zarpando de Puerto Rico para conocer Las Islas Vírgenes y St. Martín/St. Maarten, hasta cruceros de siete días en el Caribe Oriental con escalas en Jamaica, Las Bahamas y Grand Cayman mientras los cruceros al Caribe Oriental zarpan generalmente de San Juan y visitan lugares como

Guadalupe, Dominica, Martinique, St Lucia, St Barts, Aruba, Grenada y otros (diferentes barcos tienen diferentes rutas) Uno puede tomar un crucero de dos semanas y visitar casi todo el Caribe. Hay más de media docena de navieras –cada una con varios buques– que ofrece programas para el Caribe

Más información en: http://www carnival.com
http://www.cruising.org

Por lo anterior, solo falta observar si los esfuerzos realizados en este campo y en todos aquéllos ligados a la actividad turística, efectivamente coadyuvarán a incrementar su participación dentro del producto interno bruto. A nivel mundial la industria turística genera cerca de 330 mil millones de dólares de ingresos directos e indirectos, y nuestro país tiene todo para incrementar su fuerza y participación.

En este sentido como ya se ha manifestado, tenemos la mesa puesta: clima, playas, bellezas naturales, riqueza cultural, folklore... y un vecino muy rico que "exporta" más turistas que nadie.

Telapón, en el caso del volcán Telapón se llega al poblado conocido como llano grande, demorando un par de horas para llegar a la cúspide. Para ascender a Tláloc se llega al poblado de Río Frío y de allí parte la vereda que comunica con la cima del volcán.

Entre los volcanes inactivos de riesgo moderado, están las montañas de mayor altitud; se requiere conocimiento elemental del equipo de montaña. En especial si la intensión es hacer recorridos especiales, se debe recurrir a guías para garantizar la seguridad al ascender a sus estribaciones superiores. Su ascenso se efectúa durante todo el año, aunque es preferible en invierno, cuando por la nieve invernal que llegará a presentarse, se tiñen de blanco, mostrando hermosos paisajes e interesantes recorridos. Nevado de Colima, Xinantécatl, Malitzin y Atlitzin o Tiltépetl, entre otros.

Volcanes activos e inactivos de alto riesgo, son las montañas más altas cubiertas de campos de nieve y hielo durante todo el año. Para el ascenso a sus picos principales, se necesita equipo de alta montaña completo y de la asesoría de guías especializados para efectuar el ascenso. De preferencia esta condicionado a la temporada de otoño e invierno. Nuestras tres montañas más altas caen dentro de ésta categoría y son un gran atractivo para los montañistas nacionales y extranjeros debido a su importante altitud: Iztacihuatl, Popocatépetl y Citlaltepetl.

CAPITULO

II

IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA NACIONAL

CAPÍTULO II
IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA NACIONAL

2.1 EL TURISMO COMO ACTIVIDAD PROMOTORA DEL DESARROLLO.

La planificación económica tiene su origen en el socialismo y también en la Teoría Keynesiana, que surgió en los años treinta a raíz de la gran depresión, poniendo de manifiesto como las fuerzas del mercado, por sí solas, no eran suficientes para superar la crisis económica.

La planificación económica en sentido estricto se inicia después de la Segunda Guerra Mundial. En la actualidad, la mayoría de países cuentan con planes de desarrollo económico y social.

A partir de 1929, y con la promulgación del primer Plan de Desarrollo Turístico en 1963, la actividad turística mexicana, inicia una etapa de crecimiento rápido y autosostenido. Sin embargo, es necesario subrayar que el sector turismo no fue prioritario dentro de la estrategia del desarrollo económico mexicano, es decir, no contó comparativamente con apoyo mayor que otros sectores de la economía, a pesar de su importancia y el papel o función que ha jugado y sigue jugando en la economía nacional.

La necesidad de divisas ha sido tan urgente que, aun existiendo recelos, el desarrollo del turismo constituyó una alternativa para obtener divisas a corto plazo y financiar el proceso de industrialización, al igual que crear empleos y promover el crecimiento regional, han sido constantes en los planes y programas de desarrollo del sector, lo que ha originado un modelo turístico cuyas principales características y resultados son:

La participación del Estado en el desarrollo nacional, es conveniente reflexionar sobre lo que en este campo se ha logrado o dejado de hacer.

La concepción establecida de turismo y su definición sectorial, se limita a plantear la función de este sólo en términos de sus posibilidades económicas y cuantitativas, la generación de más empleos y la captación de mayor número de turistas extranjeros y divisas, dejando a un lado los aspectos cualitativos del desarrollo, sobre todo en relación con la calidad de vida de quienes ofrecen y demandan los servicios; así como del sentido del uso del tiempo libre

de los turistas, razón por la que no se incluyen como elemento sustancial en las políticas de desarrollo turístico.

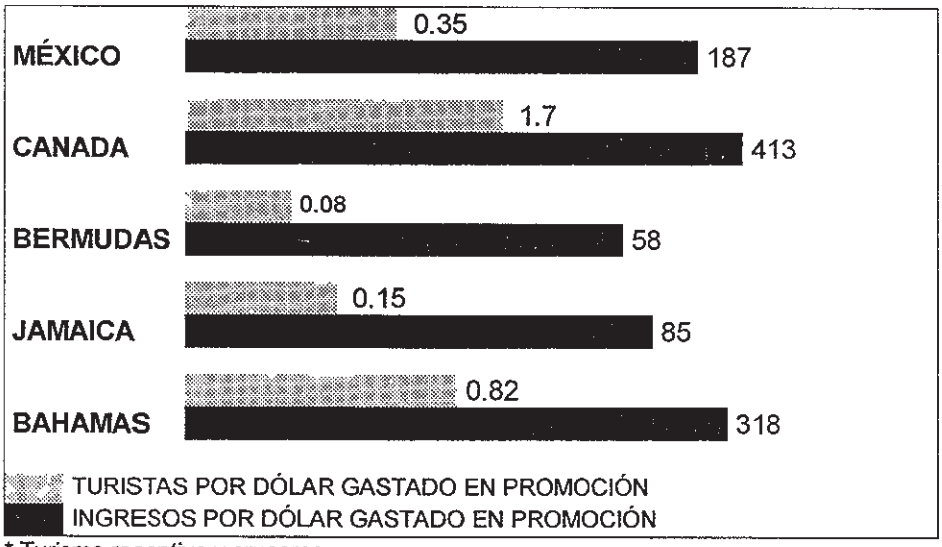
Como consecuencia de lo anterior, los criterios que rigen la relación entre turismo y desarrollo nacional, sólo han generado un conjunto de beneficios económicos que sin embargo, provocan desequilibrios en el terreno regional, demográfico, ecológico, urbano, socioeconómico y cultural en los centros turísticos; tales desequilibrios se caracterizan, entre otros factores, por los movimientos migratorios, la concentración de la población, la presión sobre la infraestructura de servicios públicos, la sobreexplotación de los atractivos naturales y socioculturales y la transculturación, fenómenos que, en suma, inciden en la distribución de los beneficios del turismo y, por lo tanto, en sus posibilidades de favorecer el desarrollo nacional.

Este modelo ha permitido que subsistan dos formas de operación de las actividades vinculadas con el turismo: una que podemos denominar moderna, ubicada principalmente en los centros de playa; y la segunda que se considera rezagada, en los centros turísticos interiores y en algunos de playa de los llamados tradicionales. Esta situación refleja contrastes en diferentes aspectos del modelo, de los cuales destacan:

- La política de apoyo financiero. **Esta ha privilegiado históricamente, la inversión en hotelería, de categorías altas en los centros de playa orientados al mercado extranjero**; prueba de lo anterior es el establecimiento por parte de FONATUR de las llamadas zonas prioritarias de desarrollo turístico, así como el hecho de que los créditos otorgados por el fondo se concentran en sus centros de playa.

- La política de apoyo a la comercialización de los centros turísticos, y los medios para desarrollarla, ya que los esfuerzos que realiza el sector público a través de la Secretaría de Turismo, se orienta a la atención de los requerimientos del turismo receptivo y de los centros de playa. No obstante lo anterior y **ser México el país que más gasta en promoción turística en Estados Unidos, los resultados parecen no ser muy rentables, pues países como Canadá y Bahamas gastan menos y obtienen más, como se observa en la siguiente gráfica.**

GASTOS EN PROMOCIÓN EN ESTADOS UNIDOS Y COMPORTAMIENTO DEL TURISMO RECEPTIVO*
1986



* Turismo receptivo y cruceros.

FUENTE: Compendio de estadísticas OMT 1987 y OGILVY & MARTHER junio 1988.

- La capacidad de desarrollo empresarial y el uso de tecnología para la prestación de los servicios, se concentra en la hotelería de altas categorías, relegando de los beneficios técnicos a otro tipo de establecimientos y servicios.

- Los apoyos en infraestructura y servicios se concentran en los centros a los que se dirigen los créditos y los esfuerzos de comercialización.

Por lo anterior, han quedado relegadas otras formas de desarrollo turístico recreativas: como serían el campismo, las posadas familiares y los albergues, entre otros; o el apoyo a parques nacionales, balnearios, centros recreativos, centros arqueológicos, actividades deportivas y otras formas de turismo educativo, cultural y de aprovechamiento de los atractivos naturales y socioculturales, que podrían incluso, hacer crecer la importancia del sector.

Este modelo no ha diversificado los mercados y segmentos que lo acerquen a otros grupos nacionales o extranjeros, por lo que el modelo es

más dependiente y vulnerable a los cambios en las variables económicas y políticas, que afectan el flujo de turismo de tipo convencional.

La Secretaría de Turismo de México establece que el turismo es uno de los mercados más competidos del mundo por que también es de los más promisorios, así que para insertar a México en una buena posición se ha establecido una estrategia, integrada por objetivos básicos y los objetivos inmediatos del programa de desarrollo del sector turismo de México. Los objetivos estratégicos que se aprecian se describen en el diagrama No. 8 del capítulo IV.

Las tareas de la Secretaría de Turismo por lo tanto deberán de combinar esfuerzos para elevar la competitividad, con mejores productos, cada vez más diversificados; **promoción** y con una dinámica de atracción de inversiones.

La tasa de crecimiento del turismo es muy alta, el número de turistas se ha multiplicado 25 veces en los últimos 50 años y se prevé que los 600 millones de paseantes que hubo en 1997 aumentarán a mil millones en el 2010.

Las estadísticas que se tienen del turismo indican que aporta alrededor del 5% del producto interno bruto (PIB). En 1997, 19.5 millones de visitantes gastaron 7,593 millones de dólares.

Los volúmenes globales de inversión acopiados son diversos y cambiantes. Al margen de la inversión pública en carreteras y obras públicas que tienden a mejorar los destinos y sin considerar la inversión privada en aeropuertos y ferrocarriles, se programa una gran cantidad de inversiones, al rededor de 150 proyectos específicos en hoteles, campos de golf, marinas, etc. **por un monto aproximado a 6 mil millones de dólares, de los cuales estimamos que 1700 millones se concretaron en 1998 y 4 mil 300 millones entre 1999 y el 2000. De este monto, la inversión extranjera participa en un 30 a un 35%.**

El turismo genera 1 millón 700 mil empleos directos y en forma indirecta se estima que ocupa a otras 4 millones 300 mil personas, lo que significa que **1 de cada 10 mexicanos de la población económicamente activa (PEA) trabaja en alguna área vinculada al turismo.**

El flujo de ingresos aumentó, de 1996 a 1997 en un 8.5%, cifra muy representativa, si tomamos en cuenta que en el mundo el crecimiento fue de 2.3%.

La SECTUR propone consolidar la estrategia con la oferta del mercado turístico mexicano, para atraer al turista con promoción y atraer al inversionista; para ello cuenta con **la comisión ejecutiva de turismo y el gabinete económico**, quienes ya han establecido una serie de medidas para desregular y promover más facilidades a la inversión.

Por ejemplo, para las marinas; para la obtención **de distintivos H de higiene en alimentos.**

Por lo que se refiere a la promoción publicitaria, la Secretaría de turismo es la encargada de revisar los esquemas; el propósito fundamental es llegar a un esquema mixto, con participación de particulares, gobiernos de los estados y federación.

La Secretaría de Turismo establece como posibilidades del turismo en las economías regionales; la interrelación de este con la economía regional y nacional, en general. Tiene que ver con la creación de empleos, la obtención de divisas y la generación de desarrollo en las comunidades en donde se establece.

La demanda se ha sofisticado mucho. Ahora hay búsqueda de turismo alternativo, de aventura, deportivo, de salud, ecológico, cultural, arqueológico, conceptos más allá de sol y playa.

En la actualidad el 70% de los viajes son de placer; los paseantes buscan opciones diversas, son cada vez más exigentes y les interesan productos turísticos de alta calidad, que implican una combinación de entretenimiento, emoción y educación.

En 1997, los visitantes internacionales en México generaron 7,600 millones de dólares, lo que representa un aumento de 9.6% respecto al año anterior. **En nuestro país, el turismo es la tercera fuente de ingresos de mayor relevancia, tan solo por concepto de hoteles y restaurantes aporta el 5.1% por producto interno bruto (PIB).**

Para el mismo año, la balanza turística presentó la cifra récord superavitaria de 3,700 millones de dólares y México ocupó la posición 15 en el ámbito mundial por concepto de ingresos turísticos.

Un total de 19,351,000 turistas visitaron México durante 1997. Esta cifra colocó al país en la octava posición por concepto de recepción de turistas en el plano internacional.

El desarrollo de la industria turística mundial, no obstante, enfrenta dos grandes retos:

Por el lado de la oferta, una importante y creciente competencia entre los proveedores de servicios turísticos.

Por el lado de la demanda, un creciente nivel de exigencia en la calidad de los servicios, así como una mayor especialización de los requerimientos de los turistas.

Debido a los requerimientos sociales y el potencial turístico de la región el gobierno federal a través de diversos organismos en el caso de caminos y puentes federales de ingresos conexos (CAPUFE) destina recursos para construir y rehabilitar tramos carreteros,

En forma tal que los destinos turísticos tendrán vías más amplias de acceso, brechas, caminos rurales, carreteras estatales de transporte, con el fin de enlazar ciudades de mayor dinamismo productivo con puertos, aeropuertos y estaciones de ferrocarril, sitios a los que proporciona infraestructura para mejorar el intercambio agrícola, industrial, comercial, de servicios, y por supuesto el flujo turístico (integrada por los ejes troncales que comprenden 14,000 kilómetros).

Anualmente, la red troncal integrada por 10 ejes troncales que comprenden 14,000 kms. mueve alrededor 2,400 millones de personas en recorridos interurbanos, equivalentes a 98.5% del total nacional, y 400 millones de toneladas de mercancías, 80% de la carga doméstica transportada en el país.

La reducción en la economía también es directa, pues el transporte carretero genera 800,000 empleos permanentes, 90% del total de la ocupación del sector transporte.

También recupera la infraestructura carretera del país, la moderniza y la adecua a las exigencias actuales de carga y tránsito.

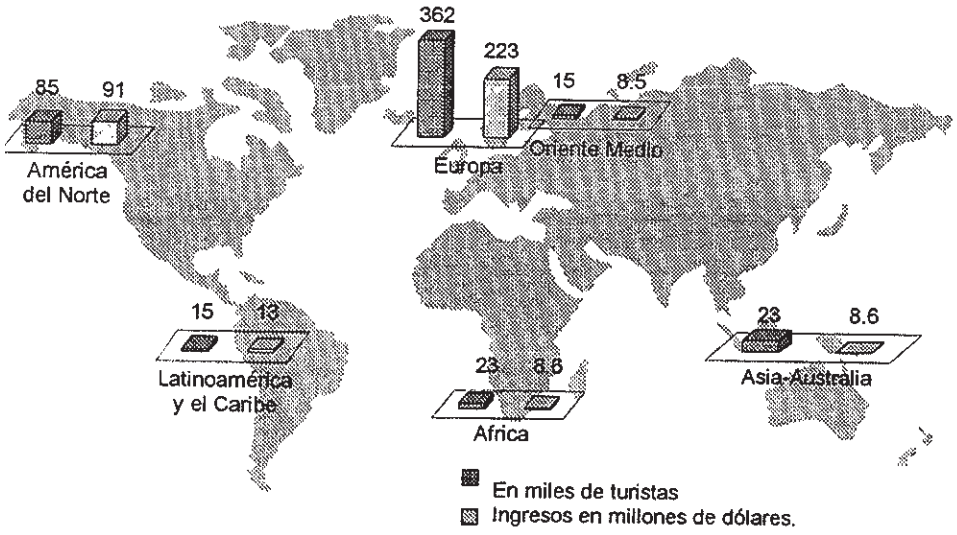
En algunos estados de la República a partir de la aprobación de la Ley de coordinación fiscal emitida por la SHCP, se aplican impuestos sobre servicios de hospedaje, mismos que se han etiquetado como recursos para constituir fondos mixtos de promoción turística, que contratan publicidad para destinos de esas mismas entidades.

2.1.1 EL TURISMO COMO HECHO ECONÓMICO.

Actualmente más de 600 millones de personas hacen turismo cada año en el mundo. su distribución especial es, sin embargo, bastante desigual. Más del 80% de este turismo se concentra entre Europa y América del Norte, zonas donde se encuentran los países de renta más elevada, aunque se ciñe a las áreas más meridionales y de menor desarrollo de estas mismas regiones.

La tendencia de la actividad turística es creciente, tanto en numero de turistas como ingresos. Entre 1990 y 1994, la industria turística registró un ritmo de crecimiento promedio anual de 3.9% ligeramente inferior al alcanzado entre 1998 y 1990, que fue de 4.7% sin embargo, el gasto promedio por turista paso de 573, USD en 1990 a 599 USD en 1994. En este último año se registraron 531.4 millones de llegadas internacionales y se prevé que en el año 2000 alcancen 661 millones. En esta evolución se distinguen varias tendencias de las llegadas y los ingresos en divisas en la distribución por regiones. De un lado se puede observar que una proporción del turismo Europeo, en beneficio de otras zonas, especialmente la africana. De otro, esta misma tendencia pero mucho más acentuada, se advierte en los ingresos por divisas y zona, en los que Europa ve cada vez más reducida su participación en favor de Latinoamérica y el Caribe.

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE MOVIMIENTOS DE TURISTAS E INGRESOS POR TURISMO



FUENTE: Elaboración propia con datos de 1997 SECTUR.

Estos flujos de divisas tienen un significado distinto según los países. De los cuales se desprende el peso de esta actividad en los países menos desarrollados próximos a los centros demandantes (México, España, Portugal, Grecia, Panamá) y en aquellos que por sus condiciones específicas han llegado a tener una industria turística desarrollada (Austria, Suiza, Uruguay).

EN EL MUNDO

La incidencia de la crisis, ha influido en la actividad turística mundial, provocando la reducción del ritmo de crecimiento del sector y que se ha traducido para algunos años en la participación de índices negativos en cuanto a gastos turísticos, e incluso volumen de turistas, en algunas áreas determinadas. **No obstante, desde una perspectiva global podríamos decir que el turismo, aun habiéndose visto afectado por la crisis mundial, ha mostrado en sus indicadores una evolución bastante favorable.**

Esto quiere decir que los ciudadanos de los países desarrollados no han renunciado al consumo turístico, a pesar de la disminución de sus ingresos reales, y han optado por mantener sus viajes de vacaciones, a costo, eso sí, de reducir sus estancias y sus gastos.

Desde el punto de vista de la unidad familiar, el turismo se ha convertido en un bien de consumo con ciertas características específicas, al cual se dedica anualmente una parte de los ingresos totales. En muchas ocasiones viene calificando como bien de **lujo** o de **lujo relativo** lo que se traduciría en que tan solo los niveles de ingreso más elevados tendrían acceso al mismo. No obstante, para poder calificar al turismo de esta manera habrá que tener en cuenta el nivel de desarrollo del país que estemos considerando y la distribución del ingreso que existe en el. **Cuanto mayor sea el nivel de ingreso y más homogénea su distribución entre las unidades familiares, menos encajará el calificativo de lujo al bien turismo.** De hecho, la demanda turística de los países más desarrollados, ante la disminución real de los ingresos que ha supuesto la crisis económica contemporánea, se ha comportado con una rigidez poco adecuada para un bien de lujo, llegando incluso a ser menos elástica dentro del consumo familiar que otros grupos de bienes que pueden parecer más indispensables (vestido y calzados, coches, etc.) **en el caso de México el gasto del**

turismo receptivo, éste se analiza en dos vertientes, el gasto medio del viaje y el gasto medio diario, es decir en relación a la estancia. En este sentido resulta interesante observar cómo ha disminuido la estancia media del turista, pasando de 12.3 días en 1970 a 9.7 en 1987. Esta disminución es una tendencia constante desde la década de 1950, siendo la principal razón el cambio de los patrones de viaje de las corrientes turísticas y la internacionalización de la comercialización.

El impacto en la duración del viaje por el cambio en el medio de transporte y el modo de comercializar se observa a partir del hecho de que, por vía terrestre, la estancia promedio es superior en dos días a la vía aérea.

El gasto promedio del turismo receptivo fue en 1970 de 135 dólares, creciendo en 1988 a 154 dólares, siendo el año de 1981 en el que se registra el mayor gasto promedio, 585 dólares.

El gasto medio diario del turismo que viaja por superficie es de 19.2 dólares y de 58.3 dólares para quienes lo hacen por avión, cifras que a primera vista resultan bajas en relación al costo de los servicios turísticos, debido a que una parte considerable del gato del viaje se realiza fuera del país por el modo de comercializar los servicios.

Este fenómeno de diferenciación de los dos modos de viaje turístico, tiene importantes repercusiones en la distribución de los beneficios del turismo, ya que mientras el viaje terrestre tiene una distribución más directa del gasto durante la ruta y la estancia, el turismo aéreo concentra más los beneficios en ciertas áreas y tipo de servicios, sobre todo en el consumo de alojamiento que normalmente se hace en el país de origen.

Por otro lado la participación de México en el Turismo Mundial presenta dos aspectos interesantes:

1) En relación al volumen de turistas ha sido constante desde 1970.

2) El gasto de la personas por este concepto, tiene una tendencia a disminuir.

Tabla Nº 24
RESUMEN GENERAL

Concepto	Unidades	Enero - Junio 1996	Enero - Junio 1997[1]	Variación (%)
Visitantes Internacionales a México				
sitantes Internacionales a México	**Miles**	**44,136**	**45,973**	**4.2**
Turistas Internacionales	Miles	10,752	9,444	-12.2
Turismo Receptivo	Miles	4,536	4,872	7.4
Turismo Fronterizo	Miles	6,216	4,571	-26.5
Excursionistas Internacionales	Miles	33,384	36,529	9.4
Excursionistas Fronterizos	Miles	32,260	35,357	9.6
Pasajeros en Crucero	Miles	1,124	1,182	5.2
sto				
sitantes Internacionales a México	**Mill. de Dolls.**	**3,597**	**3,960**	**10.1**
Turistas Internacionales	Mill. De Dolls.	2,822	3,061	8.5
Turismo Receptivo	Mill. De Dolls.	2,511	2,849	13.5
Turismo Fronterizo	Mill. De Dolls.	312	211	-32.3
Excursionistas Internacionales	Mill. De Dolls.	775	899	16.0
Excursionistas Fronterizos	Mill. De Dolls.	716	834	16.5
Pasajeros en Crucero	Mill. De Dolls.	59	65	9.3
Visitantes Internacionales de México al Exterior				
sitantes Internacionales a México al Exterior	**Miles**	**50,244**	**50,465**	**0.4**
Turistas Internacionales	Miles	4,354	3,973	-8.7
Turismo Egresivo	Miles	1,918	2,135	11.3
Turismo Fronterizo	Miles	2,436	1,838	-24.5
Excursionistas Internacionales	Miles	45,890	46,492	1.3
Excursionistas Fronterizos	Miles	45,890	46,492	1.3
sto				
sitantes Internacionales a México al Exterior	**Mill. de Dolls.**	**1,497**	**1,670**	**11.5**
Turistas Internacionales	Mill. De Dolls.	663	759	14.4
Turismo Egresivo	Mill. De Dolls.	569	672	18.1
Turismo Fronterizo	Mill. De Dolls.	94	87	-7.9
Excursionistas Internacionales	Mill. De Dolls.	834	912	9.3
Excursionistas Fronterizos	Mill. De Dolls.	834	912	9.3

ras preliminares sujetas a revisión.
ta: Los datos de 1997 están actualizados al 11 de Septiembre.
JENTE: Banco de México

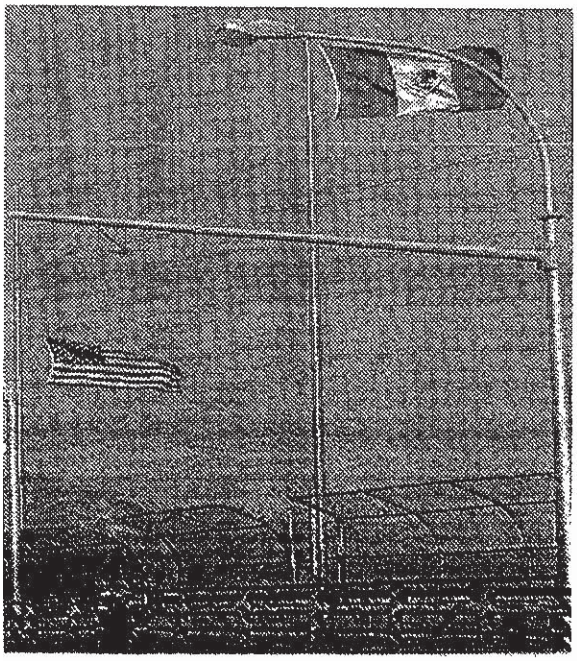
Al respecto habría que cuestionar si la explicación radica sólo en la situación del tipo de cambio, o bien en la combinación de factores que inducen a menores estancias y gastos medios diarios en relación a la dependencia de un solo mercado y de la concentración de los esfuerzos de playa. Así como de la creciente competencia internacional y del cambio en los patrones de consumo del turista moderno.

El fenómeno turístico internacional, requiere también de analizar al turismo egresivo. Estados Unidos es el principal destino del turismo egresivo mexicano, 93%, siendo el mercado más importante para ese país después de Canadá.

En tanto que el comportamiento de este turismo está íntimamente ligado al comportamiento de la economía nacional, sobre todo en relación al tipo de cambio, en la medida en que se recupera la economía nacional, el turismo egresivo crecerá.

La Significación de esto es que el saldo, de la balanza turística, y su contribución real a la captación de divisas, tenderá a disminuir de 1990 a 1997 se nota este efecto, que es el gasto de turistas internacionales mismo que paso de 3´397.2 millones de dólares en 1990 a 2´070.7 millones de dólares en 1997.

Si bien este es un fenómeno que se debe considerar normal, las estrategias que adopte el gobierno mexicano habrán de reconocer este factor, alrededor de los objetivos que se han planteado. Una conclusión importante de este planteamiento es notar que la interdependencia turística existente entre México y Estados Unidos, es muy alta, por lo que es necesario revisar las implicaciones que tiene sobre todo en la franja fronteriza de ambos países, por sus impactos económicos pero también sociales, culturales y políticos en ambas naciones.



En la foto, uno de los pasos fronterizos entre México y Estados Unidos, que podría servir para simbolizar la línea divisoria entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo. La desigualdad entre ambos mundos es un factor que gravita inevitablemente sobre el crecimiento económico internacional.

Así mismo La Organización Mundial de Turismo (OMT), prevé que para el año 2020 habrá 1,602 millones de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo. Estos gastarán más de 2 billones de dólares. Dichas cifras representan tasas medias anuales de crecimiento en el período 1995-2020 del 4.3% y 6.7%, respectivamente.

Por otra parte, la OMT estima que habrá un cambio fundamentalmente entre los diez países de destino de turismo más importantes, al convertirse China en el destino más importante para el año 2020. Si se le da el tratamiento de entidad separada, Hong Kong también se convertirá en uno de los países más visitados.

Tabla No. 25
Países de destino turístico más importantes para el año 2020.

Países	Llegadas de turistas (millones)	Participación en el mercado (%)	Tasa de crecimiento promedio anual (%)
1. China	137.1	8.6	8
2. Estados Unidos	102.4	6.4	3.5
3. Francia	93.3	5.8	1.8
4. España	71	4.4	2.4
5. Hong Kong	59.3	3.7	7.3
6. Italia	52.9	3.3	2.2
7. Reino Unido	52.8	3.3	3
8. México	48.9	3.1	3.6
9. Fed. De Rusia	47.1	2.9	6.7
10. Rep. Checa	44	2.7	4
Total (1-10)	708.8	44.2	

FUENTE: Organización Mundial del Turismo.

Los diez países emisores de turistas más importantes, también sufrirían un impacto fundamental al entrar China en cuarto lugar, de igual forma la Federación Rusa se convertirá en uno de los principales emisores de turistas.

Tabla No. 26
Total de llegadas generadas a nivel mundial.

Países	Millones	Participación en el mercado
1. Alemania	163.5	10.2
2. Japón	141.5	8.8
3. Estados Unidos	123.3	7.7
4. China	100	6.2
5. Reino Unido	96.1	6
6. Francia	37.6	2.3
7. Países Bajos	35.4	2.2
8. Canadá	31.3	2
9. Fed. De Rusia	30.5	1.9
10. Italia	29.7	1.9
Total (1-10)	788.9	49.2

FUENTE: Organización Mundial del Turismo.

Desde 1950, cuando el turismo internacional comenzó a ser accesible al público en general, la llegada de turistas ha crecido a una tasa media anual de 7.1% y al 12.2% en cuanto a ingresos turísticos (excluyendo el gasto de transporte). Las regiones de mayor crecimiento entre 1990-1995 son las siguientes: Oriente Medio (8.5% de incremento anual promedio), Asia Oriente/Pacífico (8.4% anual), Asia Meridional (6.3% anual) y Africa (5.9%).

Los factores determinantes e influencias más importantes en relación con la actividad turística durante el período 1995-2020 son:

- ***Tasa de crecimiento económico mundial.*** Continuará siendo de moderadas a buenas.

- **Importancia creciente de las nuevas economías. *Tigre*** (China, India, Brasil, Indonesia, Rusia).

- **Crecimiento de la diferencia entre países ricos y pobres.**

- **Tecnológicos**

  - Desarrollo de la tecnología de información.

  - Adelantos en las tecnologías del transporte.

❖ **Políticos**

- Eliminación de barreras para los viajes internacionales.
- Desregulación del sector transporte y de otro tipo.

❖ **Demográficos**

- Envejecimiento de la población y reducción de la población activa en los países industrializados, induciendo una mayor inmigración del sur al norte.

❖ **Globalización**

- Creciente poder de las fuerzas económicas y del mercado de carácter internacional, con la consiguiente reducción del control por parte de los países individuales y de empresas no extendidas mundialmente.

❖ **Concientización socio-económica**

- Incremento de la concientización pública en cuestiones socio culturales y medioambientales
- Más información proveniente de los medios de comunicación a cerca de los problemas más importantes del mundo.

❖ **Cambio de la economía de *servicios* a la economía de *experiencias.***

- El centro de atención pasará a ser una actividad que proporcione experiencias únicas, que interesen al consumidor personalmente.

❖ **Comercialización**

- Utilización de tecnologías electrónicas para identificar y comunicar con sectores y nichos de mercado.

Estos factores, en combinación, producirán una polarización de los gustos y ofertas, de forma que progresará el turismo individualizado tanto a gran escala, de carácter medio y para volúmenes pequeños.

Las previsiones del período 1995-2020, estima que la llegada de turistas internacionales al final del siglo sea de 692 millones, y en el 2020 alcance

1,602 millones, con una tasa media de crecimiento anual del 4.3%. Europa seguirá siendo la región más importante a pesar de que disminuirá su participación en el mercado al pasar de 59% en 1995 al 45% en el 2020. Asia Oriente/Pacífico, crecerá a un ritmo anual del 7%, con una cuota en el mercado del 27% en el año 2020, frente al 18% de las Américas.

Tabla No. 27
Llegadas de turistas internacionales por región en millones de turistas

Años / Regiones	1995	2000	2010	2020
Europa	335	390	527	7170
Asia Oriental	80	116	231	438
Américas	111	134	195	285
África	20	27	46	75
Oriente Medio	14	19	37	69
Asia meridional	4	6	11	19

Fuente: Organización Mundial del Turismo.

África

Se estima que la tasa media de crecimiento anual de período 1995-2020 sea de 5.5%, cifra superior a la media actual. África posee recursos naturales y culturales en abundancia y en todas sus subregiones. Sin embargo, carece en muchos países, de infraestructura de calidad y de instalaciones turísticas y sufre generalmente de la percepción, en mercados turísticos emisores importantes, de ser un continente de alto riesgo de visitar. Es prioritario para la mayoría de los países africanos, el prestar atención a la mejora y expansión de la infraestructura y los productos, seguida de una comercialización correctora de imagen.

Américas

Se prevé una tasa de crecimiento del 3.8%. Las prioridades estratégicas para las Américas reflejan las diversas etapas de desarrollo turístico de sus subregiones: en América del Norte, la exigencia será la de consolidar mercados existentes y diversificaciones a nuevos sectores del mercado, particularmente en los mercados asiáticos de alto rendimiento; para el Caribe, el turismo se convertirá en una actividad todavía más importante y el reto principal será el de reconquistar el mercado

estadounidense con el desarrollo de nuevos productos altamente atractivos y su comercialización; para los países latinoamericanos, el turismo solo alcanzará su pleno potencial si se le otorga el carácter de prioridad para el desarrollo por parte de los gobiernos de la subregión y se persiguen una mayor cooperación intrarregional.

Asia Oriental y el Pacífico

Para el período 1995-2020, se calcula una tasa media anual de crecimiento del 7%. Estas dos regiones superarán a las Américas como la segunda región más importante para el año 2005. El reto principal para los países de Asia Oriental y el Pacífico será el de seguir el ritmo de las tasas elevadas de crecimiento en la demanda turística para la región, sin perjuicio de mantener la calidad y la relación de calidad – precio. Los países de la región deberán de ser capaces de proveer y satisfacer los diversos gustos turísticos, es decir, tanto de otros turistas asiáticos como de turistas occidentales.

Se estima una tasa de crecimiento por año del 3.1% en el renglón que nos ocupa. Los países del antiguo bloque soviético de Europa Oriental duplicarán sus llegadas. Como consecuencia de la creciente preferencia del turista costero europeo de viajar fuera del continente, los destinos del Mediterráneo deberán orientar sus productos y desarrollo de mercado hacia turistas de larga distancia. Los maduros destinos turísticos europeos tendrán como prioridad conseguir una diferenciación por producto en mercados emisores; deberán de desarrollar nuevos productos y la comercialización en sectores o nichos de mercado, especialmente el familiar. El turismo europeo, tanto intrarregional como receptor de largo recorrido, seguirá experimentando un fuerte crecimiento gracias al mayor desarrollo y marketing del turismo en los países de la Europa Oriental que pertenecían al bloque soviético.

La llegada de turistas internacionales será superior a la tasa media anual mundial con un 6.7%. La clave del éxito del turismo, en el Oriente Medio, es la estabilidad política de la región. Es inmenso el potencial turístico, a causa de sus recursos naturales y culturales, particularmente en el mercado europeo. Lo que se precisa es una colaboración intensificada entre los países de la región con el fin de utilizar el turismo para facilitar el proceso de paz. También resultará esencial que muchos países realicen mejoras a las infraestructuras y las instalaciones, seguidas por una comercialización mayor y más selectiva.

Se espera una tasa anual media de crecimiento del 6.1%. Asia Meridional no sólo depende de los turistas de larga distancia sino que la mayoría de estos son turistas de muy larga distancia (es decir, provenientes de Europa y de las Américas). Para estos turistas, resulta esencial disponer de un alto presupuesto. Para los países de Asia Meridional, será fundamental consolidar estas fuentes por medio de un marketing bien orientado y adecuado. Los países de la región deberán concentrar su comercialización en los turistas provenientes de Asia Oriental y del Pacífico, ya que estos registrarán tasa de crecimiento por encima de la media y están situados más cerca de los destinos de Asia Meridional.

A continuación se presentan respuestas de 85 países al estudio de la OMT, **en donde se identifican las prioridades claves de los Organismos Nacionales de Turismo:**

- Una mayor comercialización, más concentrada y agresiva.
- Lucha constante para conseguir una ventaja competitiva mediante una combinación de diferenciación del producto, calidad y/o precio.
- Creciente reconocimiento de la necesidad de un desarrollo turístico sostenible para asegurar la prosperidad a largo plazo.
- Reducción del control estatal y más realizaciones conjuntas entre el sector privado y público.

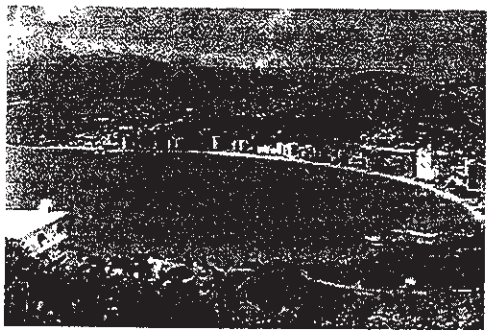
Adicionalmente, se enumeran las principales actividades que llevarán a cabo en materia de comercialización algunos países:

- 88% incrementará su comercialización en el extranjero.
- 90% tiene la intención de realizar sus campañas de comercialización en cooperación con el sector privado.
- 77% cree que su enfoque de comercialización necesita ser más agresivo y competitivo.
- 78% tiene la intensión de centrar su estrategia de comercialización en los mercados turísticos emisores claves.

2.1.2 LA EMPRESA TURÍSTICA

Desde el punto de vista de la producción, **el turismo descansa fundamentalmente sobre una organización empresarial** relativamente simple y especializada en la oferta de servicios específicos, tal como se ven en el diagrama No. 4. **Por un lado, tenemos los vendedores de viajes o agencias, que tratan directamente con los turistas. Por encima de ellos se encuentran las grandes empresas mayoristas de viajes o *Tour Operadores*** [22], que se encargan de la organización y venta masiva de los mismos.

Las empresas de transporte ejercen una peculiar influencia en la industria turística, estando vinculadas en muchas ocasiones a algún operador turístico.



Vista panorámica de Acapulco el centro turístico más antiguo de México. Barcos turistas, anclados en la Bahía de Acapulco Guerrero. La revolución del transporte ha sido un factor determinante del turismo. Un amplio sector de la población de ingresos medios de los países desarrollados tiene ahora a su alcance una considerable oferta de viajes a precios accesibles.

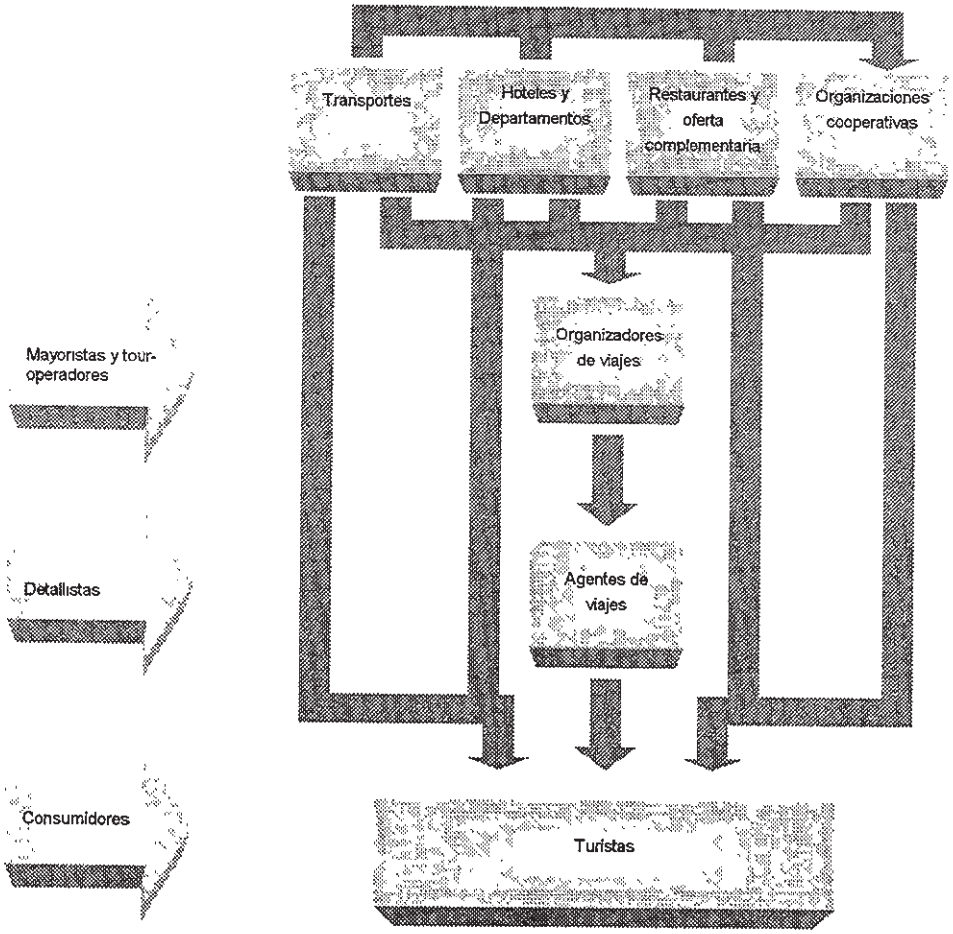
Del lado de la oferta hay que contar, en primer lugar, con las empresas de alojamiento, que pueden ser de hoteles o departamentos, estando agrupadas en muchas ocasiones en cadenas y manteniendo a veces fuertes vínculos con los operadores. Junto a ellas se encuentran las empresas de oferta turística complementaria, como restaurantes, cafeterías, salas de baile, bares, centros nocturnos, discotecas y otras de gran dispersión y variable grado de afección turística.

En los años recientes han aparecido también organizaciones empresariales cooperativas, promovidas para aprovechar las economías de escala que les proporcionan sus mayores tamaños en campos como el gerencial, comercial y financiero.

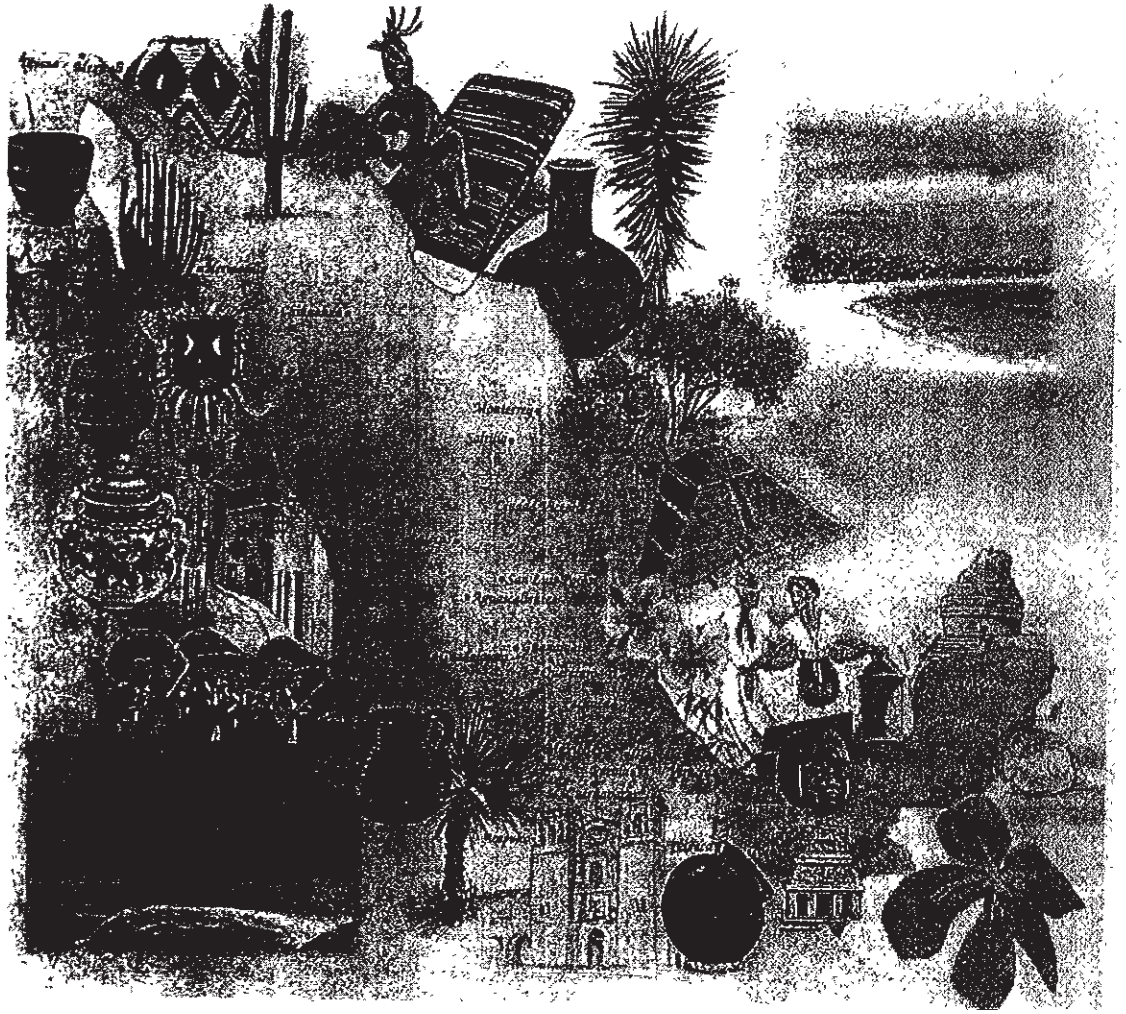
---

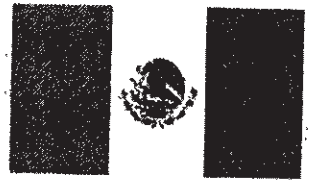
[22] Tour operadores. Agencias mayoristas de viajes que venden por una cantidad fija. cobran en origen el viaje, alojamiento y servicios complementarios. Operan con márgenes escasos y grandes cantidades, determinando en buena medida los niveles de precios de la oferta.

DIAGRAMA No. 4
Canales de distribución del turismo.



FUENTE: J. Knippen Donf, Marketing et tourisme, Berna, Lang, 1971.





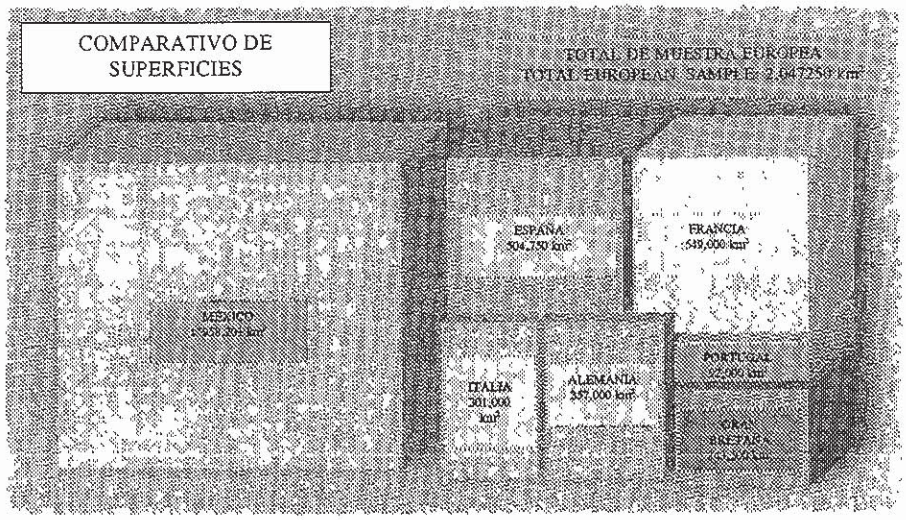
MÉXICO

Superficie/Area:	1,958,201 km^2
Población:	100,000,000
Capital:	México, D.F. (La ciudad más grande del mundo)
Idioma:	Español y más de 50 idiomas indígenas.
Religión:	Principalmente católica.
Moneda:	Peso

México es un país colorido y diverso, de ciudades modernas y civilización antigua, de conmovedores paisajes y tradiciones fascinantes.

El viajero que todavía espere encontrar en México el país de gente a caballo, armada y ensombrerada al estilo de los charros, está llamado a llevarse una buena sorpresa. La difusión masiva de México durante las Olimpiadas de 1968 o la Copa Mundial de Football de 1970 y otros eventos de talla internacional que se han sucedido a la fecha, tendrían que haber bastado para disolver esta imagen que fue popular durante tantas décadas. Nítidamente situado entre el resto de América Latina y la América industrializada, este país de dos millones de kilómetros cuadrados tiene una clara personalidad propia.

Por un lado México es un país moderno que sigue el modelo de vida de las naciones desarrolladas. Ocupando el decimotercer lugar en el mundo por su extensión, posee un enorme potencial de desarrollo por sus vastos y variados recursos naturales.



Por otro lado, México no deja de parecer una país misterioso y frecuentemente inexplicable a la mayoría de sus visitantes. Causa asombro que tan diversas herencias culturales como se pueden advertir entres sus 100 millones de habitantes hayan podido constituir una nación próxima a cumplir 200 años de vida independiente.

Por su geografía, México parece igualmente contradictorio e inquietante. A cada giro de paisaje, el viajero se ve obligado a preguntarse cuál puede ser el lazo que ata a la selva de Chiapas con los desiertos de Sonora, a la accidentada Sierra Madre que acaricia las nubes con los 10 mil kms. de costas en dos vertientes oceánicas.

Tampoco es fácil descubrir bajo qué idiosincrasia común pueden asociarse 20 millones de campesinos indígenas que hablan más de 50 lenguas distintas con 80 millones de mestizos que en su mayoría viven en ciudades y hablan español, para construir en una unidad tan improbable el producto más acabado de los treinta siglos de historia escenificados en este suelo desde que los Olmecas, ***la cultura madre*** construyeron pirámides, desarrollaron su propia escritura y esculpieron las colosales cabezas que perpetúan su memoria y pueden admirarse en los museos del país.

Lo cierto es que una cultura tan temprana como la de los Olmecas comenzó a ensayar tal unificación al desarrollar durante más de mil años los símbolos religiosos y los estilos de expresión capaces de ser honrados y cultivados por las más diversas etnias. Fueron ellos, los que desde las costas de Veracruz y Tabasco en el Golfo de México, con su calendario y sus estelas, sin herramientas de hiero, sin rueda y sin animales de carga o de tiro, mediante la avasalladora elocuencia de su fuerza cultural, fundaron e irradiaron la primera identidad y orientación de Mesoamérica, región que se extiende desde el centro de México hasta Costa Rica y cuya comunidad básica de rasgos culturales es ya indudable para los arqueólogos.

Las civilizaciones posteriores, como la de Teotihuacán, la de los toltecas, mayas, aztecas, reinterpretaron y enriquecieron la visión Olmeca del mundo sin perder la pasión por el tiempo y la trascendencia. Los magníficos observatorios que construyeron y la increíblemente precisa astronomía que desarrollaron, mezclada con una compleja filosofía de la vida, nos revela su intensa preocupación por anticipar y prepararse ante el futuro.

La conquista española trajo, sin duda, grandes cambios. Sin embargo, los herederos de aquellos primeros civilizadores supieron permanecer durante tres siglos de cristianización y uno de dominación criolla, a través del mestizaje, que enriquecieron con nuevos símbolos las costumbre nativas. De esta manera se hacen presentes en la lengua española, todas las gradaciones de la cortesía y la delicadeza, del doble sentido, del sobre entendimiento, del albur y la pasión, tan pacientemente cultivadas por los abuelos.

De esta manera pervivieron los hombres de las culturas prehispánicas en el mestizo, con su gusto por el chile, el frijol y el tomate, el caco y el mezcal, el aguacate y la sandía, el nopal y la orquídea. De esta manera están presentes en la veneración por los murales, en el colorido de las ceremonias religiosas, en los entusiasmos del mariachi, en la melancolía del

Huapango; las etnias y los ecosistemas nativos, en la realidad de un México multicolor.

La productividad turística incluye una dimensión de la calidad de todos sus componentes, ya que si la productividad se incrementa a expensas de la calidad, los beneficios son muy pocos y a la postre disminuirán.

Lo anterior significa que dentro del entorno físico de los proyectos turísticos se requiere conocer la calidad de los atractivos turísticos por cuanto que son el motivo de los viajes y la razón del incremento de los visitantes.

El turismo en México observa una fuerte concentración en el destino de sus exportaciones, depende mucho del viajero estadounidense, por la cercanía geográfica, pero también hay lugares cercanos como Centroamérica, cuyos turistas muchas veces son menos apreciados y son aprovechados por los estadounidenses.

La economía mexicana, esencialmente dependiente del exterior, ha encontrado en la planificación la posible solución a sus problemas. El turismo receptivo, planteado como instrumento de captación de divisas, es el laso más elocuente de este fenómeno. Cada fin de gestión, la economía experimenta una contracción pero, mediante financiamiento externo, ingresa en un nuevo periodo de abundancia que a su vez desemboca nuevamente en crisis. Un nuevo financiamiento salva la situación. No obstante los efectos positivos de toda crisis no se manifiestan. Por ello para lograr los fines, la estrategia está constituida por una serie de políticas referidas a un aspecto del objeto de planificación. En el caso del Turismo, una estrategia de desarrollo de la actividad considerada, por fuerza, políticas para el correcto desenvolvimiento de cada elemento del sistema Existirá entonces una política de desarrollo a nivel supraestructural.

La modificación de cada aspecto de los elementos del sistema turístico correrá por cuenta de tantas políticas específicas como se considere necesario. De esta forma, existirán políticas específicas de capacitación, promoción, legislación y organización para cada una de las cuatro políticas de desarrollo mencionadas en el párrafo anterior.

El turismo, es la industria más importante del mundo; en 1997 registró 613 millones de llegadas internacionales y un gasto de 448 billones de dólares en el mundo. Para el año 2010 la organización mundial de turismo calcula que se realizarán más de mil millones de viajes.

Posición	1992 País	1992 Millones de Dólares	1993 País	1993 Millones de Dólares	1994 País	1994 Millones de Dólares	1995 País	1995 Millones de Dólares	1996 p/ País	1996 p/ Millones de Dólares	1997 p/ País	1997 p/ Millones de Dólares
	Total Mundial	310.785	Total Mundial	317.790	Total Mundial	351.179	Total Mundial	398.898	Total Mundial	435.789	Total Mundial	447.710
1	Estados Unidos	49.000	Estados Unidos	56.470	Estados Unidos	60.001	Estados Unidos	58.370	Estados Unidos	69.908	Estados Unidos	75 058
2	Francia	22.190	Francia	23 570	Francia	25.000	Francia	27.322	Italia	30.018	Italia	30.000
3	España	21.300	España	20.974	Italia	23 927	Italia	27.072	Francia	28.357	Francia	27 947
4	Italia	20 013	Italia	19.575	España	21 410	España	25.085	España	27.648	España	26.720
5	Austria	14.235	Austria	15.164	Reino Unido	13.983	Reino Unido	17.468	Reino Unido	19 296	Reino Unido	19.875
6	Reino Unido	13.600	Reino Unido	12.258	Austria	13.160	Austria	12.500	Alemania	17.567	Alemania	18.989
7	Alemania	11.100	Alemania	10.677	Alemania	10 650	Alemania	11.922	Austria	13.990	Austria	12 393
8	Suiza	7.590	Suiza	7.732	Hong Kong	8.987	Hong Kong	9.075	Hong Kong	10.836	China	12.074
9	México 1/	6.085	México 1/	6.167	Suiza	7.793	China	8.733	China	10.200	Australia	9.324
10	Singapur	5.782	Singapur	5.810	China	7 000	Tailandia	7.556	Suiza	8.891	Hong Kong	9 242
11	Canadá	5.750	Tailandia	5.719	Tailandia	6.592	Singapur	7.550	Canadá	8.868	Suiza	9.015
12	Hong Kong	5.275	Canadá	5 565	Singapur	6.459	Suiza	7 250	Australia	8.727	Polonia	9.000
13	Países Bajos	4.967	Portugal	4 705	México 1/	6.363	Canadá	7.048	Tailandia	8 664	Canadá	8.825
14	Australia	4.230	Países Bajos	4.431	Canadá	6.290	Polonia	7.000	Polonia	8.400	Tailandia	8.700
15	República de Corea	4 100	Bélgica	4 135	Polonia	6.150	Australia	6.675	Singapur	7.981	Singapur	7.993
16					Australia	5 860	México 1/	6.164	México 1/	6.934	México 1/	7.593
17					Países Bajos	5.612	Países Bajos	6.050	Federación de Ru	6 875	Federación de Ru	7.318
18					Indonesia	5.335	República de Core	5.579	Indonesia	6.308	Turquía	7 000
19					Bélgica	5 150	Bélgica	5 250	Países Bajos	6.256	Indonesia	6.625
20					Portugal	4.500	Indonesia	5.233	Turquía	5.862	Países Bajos	6.597
21					Turquía	4.500	Turquía	5.021				
22					Argentina	3.970	Portugal	4 500				
23					República de Corea	3.882	Argentina	4.306				
24					Dinamarca	3 583	Grecia	4.150				
25					Japón	3.472	Malasia y Taiwan	3 500				
26					Grecia	3 321	Dinamarca	3.350				
27					Taiwan	2 994	Japón	3 250				
28					Suecia	2.838	Suecia	2 930				
29					Filipinas	2.610	India	2.754				
30					Israel	2 385	Egipto	2.700				
31					Macao	2 250	Israel	2.554				
32					República Checa	1.966	Macao	2.500				
33					Noruega	1.958	República Checa	2.497				
34					Brasil	1 924	Noruega	2 385				
35					Malasia	1.905	Filipinas	2 340				
36					Chipre	1.822	Chipre	1 850				
37					Irlanda	1 789	Puerto Rico	1.824				
38					Puerto Rico	1.737	Irlanda	1.800				
39					India	1 564	Sudafrica	1 595				
40					Hungría	1 436	Hungría	1 575				

p/ Preliminar

1/ Cifras reportadas por Banco de México.

Nota: La información no coincide con las publicadas por el Instituto Nacional de Migración debido a que se utiliza su información, pero se le aplica la metodología del Banco de México con base en las recomendaciones de ONU y OMT.

FUENTE: Organización Mundial de Turismo. Secretaría de Turismo.

Posición	1992 País	Miles de Turistas	1993 País	Miles de Turistas	1994 País	Miles de Turistas	1995 País	Miles de Turistas	1996 p/ País	Miles de Turistas	1997 p/ País	Miles de Turistas
Total Mundial		503.148	Total Mundial	517.973	Total Mundial	544.524	Total Mundial	564.025	Total Mundial	596.076	Total Mundial	613.078
1	Francia	58.500	Francia	61.300	Francia	60.639	Francia	60.584	Francia	62 406	Francia	66 800
2	Estados Unidos	45 500	Estados Unidos	45 650	Estados Unidos	44 982	España	45.125	Estados Unidos	46.325	Estados Unidos	46.977
3	España	36 054	España	40.600	España	43.232	Estados Unidos	44.730	España	40.541	España	43.403
4	Italia	26.974	Italia	25.700	Italia	27.276	Italia	29.184	Italia	32.853	Italia	34 087
5	Hungría	22.500	Hungría	22.600	Hungría	21.425	China	23.368	Reino Unido	25 293	Reino Unido	28 052
6	Austria	19.474	Reino Unido	19.400	China	21.070	Reino Unido	22.700	China	22.765	China	23.770
7	Reino Unido	17.855	Austria	18.257	Reino Unido	19.705	Hungría	22.087	México 1/	21.405	Polonia	19.560
8	México 1/	17.148	China	17.952	Austria	17.894	México 1/	20.162	Hungría	20.674	México 1/	19.351
9	Alemania	15.950	México 1/	16.440	Polonia	17.595	Polonia	19.225	Polonia	19 410	Canadá	17.556
10	Canadá	15.400	Alemania	15.200	México 1/	17 182	Austria	17.173	Canadá	17.265	República Checa	17.400
11	China	14.290	Canadá	15.021	República Checa	17.000	Canadá	16 898	Austria	17.090	Hungría	17.246
12	Suiza	12.950	Suiza	12.750	Canadá	15.971	República Checa	16.600	República Checa	17.000	Austria	16.575
13	Grecia	9.000	Grecia	9.384	Alemania	14.494	Alemania	14.535	Alemania	15 205	Alemania	15828
14	Portugal	8.870	Portugal	8.993	Suiza	12.561	Suiza	11.835	Federación de Rusia	14 587	Federación de Rusia	15000
15	República Checa	8.000	Hong Kong	7.796	Grecia	10.072	Grecia	11 095	Hong Kong	11.703	Suiza	11077
16					Hong Kong	9.161	Hong Kong	10 124	Suiza	10.600	Hong Kong	10.406
17					Portugal	9.132	Portugal	9.513	Portugal	9.730	Grecia	10 246
18					Malasia	6.870	Malasia	7.936	Grecia	9 233	Portugal	10.100
19					Singapur	6 181	Tailandia	6 900	Turquía	7.966	Turquía	9.040
20					Países Bajos	6.178	Países Bajos	6.526	Tailandia	7.192	Tailandia	7.263
21					Turquía	6.031	Turquía	6.512				
22					Tailandia	6 017	Singapur	6.422				
23					Federación de Rusia	4 643	Bélgica	5 224				
24					Irlanda	4.232	Federación de Rusia	4.796				
25					Bulgaria	4.055	Sudáfrica	4 676				
26					Indonesia	4 011	Macao	4 623				
27					Argentina	3 868	Irlanda	4 398				
28					Túnez	3,856	Indonesia	4.319				
29					Sudáfrica	3,709	Bulgaria	4.125				
30					República de Corea	3.580	Túnez	4 120				
31					Marruecos	3.465	Argentina	4.101				
32					Australia	3.362	Australia	3.771				
33					Bélgica	3.304	República de Corea	3.753				
34					Puerto Rico	3 042	Puerto Rico	3 297				
35					Rumania	2 998	Noruega	2.880				
36					Macao	2.985	Egipto	2 872				
37					Noruega	2 830	Rumania	2 750				
38					Croacia	2 293	Morocco	2 579				
39					Uruguay	2.175	Bahrain	2.483				
40					Taiwan	2.127	Taiwan	2 332				

p/ Preliminar.

1/ Cifras reportadas por Banco de México.

Nota: La información no coincide con las publicadas por el Instituto Nacional de Migración debido a que se utiliza su información, pero se le aplica la metodología del Banco de México con base en las recomendaciones de ONU y OMT.

FUENTE: Organización Mundial de Turismo. Secretaría de Turismo

En 1997, los visitantes internacionales en México generaron 7,600 millones de dólares, lo que representa un aumento de 9.6% respecto al año anterior. En nuestro país, el turismo es la tercera fuente de ingresos de mayor relevancia, y tan sólo por concepto de hoteles y restaurantes aportan el 5.1% del producto interno bruto (PIB).

En un mercado tan competido, la promoción turística es fundamental. la conciencia sobre los bienes y servicios es esencial, así como la clara idea de relevancia de concepto de calidad.

Para diversificar el origen de los turistas extranjeros se deben dar facilidades, porque cuando la gente viene y enfrenta trabas burocráticas, decide posteriormente no viajar más al país y deja de trae sus divisas.

La apertura en aerotransporte es un hecho, se cuenta ya con vuelos en diferentes puntos del país de compañías principalmente de fletamiento cuyos destinos eran impensables, como es el caso de Alemania.

Se han establecido acciones de **coordinación mixta a través del consejo Mexicano de promoción Turística. por medio de su comité internacional, estimula a las organizaciones y empresas extranjeras para que se unan a las actividades de promoción turística del país, propiciando así alianzas estratégicas, que crean sociedades nacionales e internacionales.**

Además de alianzas con líneas aéreas internacionales que han incrementado el servicio de vuelos regulares y charter hacia México, de ello, los trabajos más intensos se realizan con líneas nacionales, abriendo paso hacia destinos internacionales clave como Chile, Argentina y Perú al sur, Montreal y Toronto al norte.

La desregulación, a dado como resultado una mayor eficiencia en el sector, la competencia en el mercado mundial del aerotransporte es muy dinámico.

El proceso de compras entre empresas han llevado a alianzas. El gobierno con el propósito de lograr mayor ocupación de los centros turísticos han desregulado el transporte.

La comunicación aérea es muy importante para el desarrollo del sector. La comunicación aérea es muy importante para el desarrollo del

sector turístico, permite recibir viajeros que provienen de puntos geográficos lejanos a nuestro país, acortando los tiempos de traslado.

Las rutas aéreas se establecen en base a convenios bilaterales entre los países. Se deben cumplir una serie de requerimientos y es prerrogativa del gobierno dar la concesión a una compañía.

Existen convenios bilaterales de México-Estados Unidos en el que se especifica cuántas líneas aéreas pueden entrar de un origen a México. para poner un ejemplo, a Nueva York pueden entrar dos líneas aéreas mexicanas y en reciprocidad dos estadounidenses pueden entrar a México, estamos hablando del caso México-Nueva York en el caso de LACSA, el convenio bilateral está firmado con Costa Rica y en reciprocidad Mexicana de Aviación vuela a ese país. Con Europa la situación es similar, a México esta llegando Air France, Iberia y Lufhtansa. En los primeros casos hay una reciprocidad, para el caso de la línea Alemana la demanda es todavía reducida.

En México existen líneas aéreas conformadas por taxis, compañías dedicadas únicamente a carga y otras que se concentran en vuelos de fletamiento y, desde luego, las líneas aéreas comerciales que manejan pasaje y carga.

La transportación marítima ha cobrado importancia, al aumentar las visitas de los cruceros a los puertos mexicanos, donde se han creado paquetes turísticos que combinan viajes por tierra y mar al ofrecer productos de playa, cultura y aventura.

También se han ampliado la oferta de productos en turismo alternativo, deportivo y náutico, posicionando bienes especializados en selectos mercados nacionales e internacionales.

En el turismo carretero, se cuenta con el *Programa Ángeles Verdes* y para viajeros que se interesan en la cultura existe un programa con CONACULTA, que ofrece nueva señalización, guías culturales y capacitación profesional *en los 16 sitios denominados por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad*.

El gobierno con el afán de desarrollar el turismo a puesto en marcha la inversión en megaproyectos, los que se definen como una superficie de más de cien hectáreas destinadas a desarrollo turístico. Es una aérea que cuenta con la infraestructura necesaria para ser

autosuficiente, con todas las ofertas que pide el mercado de turismo y capaz de suministrar las viviendas adicionales que requieren sus empleados.

Al megaproyecto se le considera el desarrollo primario, únicamente prepara, urbaniza o pone los terrenos en posibilidad de desarrollo secundario; casas, hoteles, condominios o puestos comerciales. La obra de infraestructura cuesta entre 50 y 60 millones de dólares y genera inversiones por 500 millones.

Empresarios nacionales y de las principales cadenas hoteleras de E.E.U.U., Europa y Asia han invertido en los megaproyectos que se están promoviendo.

El turismo no sólo sigue en los primeros lugares como sector generador de divisas. Su crecimiento es el más dinámico de la economía. La actividad turística es generadora de polos de desarrollo, ya que propicia el ahorro, crea puestos de trabajo remunerados, desconcentra la actividad económica de las grandes urbes, utiliza y desarrolla los recursos naturales e insumos locales y regionales y contamina mucho menos que cualquier otro tipo de industria, este ambiente propicio que estimula la industria denominada sin chimenea tendrán que ser las inversiones, la creación de infraestructura y la construcción de instalaciones.

Al respecto se han desarrollado nuevas formas de promoción turística como la llamada **campaña tripartita** con el objetivo de impulsar determinados destinos turísticos, en esta participan el gobierno federal, el gobierno estatal y la iniciativa privada; es una idea que nació en México.

En épocas de bonanza y de crisis aguda es cuando más se debe invertir en afianzar la imagen de los productos que publicamos: el porcentaje que ocupa el turismo y sus empresas en el mercado publicitario total, gira alrededor del 15% del total del mercado.

Se estima que en el turismo el 65% de los recursos promocionales del país se destinan al extranjero y el resto al nacional.

Por otro lado México, después de Estados Unidos ocupa el segundo lugar mundial en el desarrollo y comercialización del tiempo compartido o propiedad turística, tiene una importancia fundamental en el turismo moderno. Información de la Secretaría de Turismo señala que la tercera parte de la oferta de hospedaje en nuestro país se da bajo esta modalidad.

Esta modalidad turística surgió aproximadamente hace 23 años en Europa, de la unión de dos conceptos tradicionales para vacacionar, el hotelero y el de propiedad particular. El concepto de casa o condominio cuenta con todas las comodidades, pero su costo excesivo le hace inaccesible, por otro lado, el hotel tiene la ventaja de la diversidad de destinos, pero con el inconveniente de que año con año las tarifas se incrementan.

El tiempo compartido es una renta de alojamiento pagada por anticipado, se paga el hotel por los próximos diez o treinta años, pero debe aclararse que no es una parte proporcional de propiedad de un condominio vacacional lo que se ofrece, es fundamentalmente el costo de las vacaciones pagado por adelantado y con algún descuento.

Uno de los beneficios que trae consigo la propiedad turística es el compromiso de la repetición de visitas, lo que ayuda a atenuar la estacionalidad que se cierne en el sector.

Mediante sistemas computarizados, se tramitan intercambios alrededor del mundo, así la obsesión de fijarse en un solo lugar se elimina. El turismo generado por esta modalidad sigue un efecto exponencial, cuando se contrata un intercambio o las propiedades son utilizadas por turistas no dueños de las mismas, se atraen clientes potenciales, que a su vez repetirán el esquema.

El tiempo compartido es un negocio financiero sumamente atractivo. Muchos lo definen como un flujo que se recibe por anticipado, y en verdad es así; cuando se venden las membresías se obtiene el costo del hospedaje de los próximos 10 o 20 años, es decir los ingresos hoteleros futuros son considerado un puntal del desarrollo. Construir ahora un hotel de cinco estrellas o de gran turismo en forma pura, con el costo de financiamiento existente, se hace imposible. El hecho de que las únicas inversiones que se dieron en Ixtapa en los primeros cinco años fueron del tipo compartido, esto es un ejemplo claro.

En condiciones iguales, el periodo para recuperar una inversión es más rápido a través de la venta de propiedades turísticas. En un plazo de dos o tres años se puede recuperar el cien por ciento invertido, en un hotel tiene que pasar seis o siete años para que a través de la renta hotelera se pueda cubrir. El principal problema que enfrenta el tiempo compartido es de

imagen; ejemplo de ello es la idea de que la propiedad turística o tiempo compartido, ni debe, ni puede desplazar a la hotelería, al contrario, viene a complementarla, lejos de ser una competencia es un apoyo.

Por otro lado las agencias de viajes, son la fuerza comercializadora de las riquezas turísticas del país. Son los canales de difusión por los cuales se ofrecen los servicios a nivel mundial y son el primero y último contacto con el turista.

En México existen alrededor de tres mil agencias y subagencias de viajes, y se estima que de éstas, un 15% se dedica a recibir turistas extranjeros, el 81% a vender viajes al exterior y solo el 4% para promover el turismo nacional.

Uno de los retos más importantes de las agencias turísticas mexicanas es la profesionalización en la actualización y la creatividad, independientemente de las campañas en el extranjero, ya que permite ofrecer un servicio adecuado, el turista regresará al país.

En párrafos anteriores se hace hincapié sobre la desregulación del transporte que ha abierto los cielos y particularmente. la libertad para realizar vuelos charter, lo cual ha promovido cambios favorables en la industria sin chimeneas. Actualmente vemos un número creciente de vuelos de fletamiento que están respondiendo a la demanda, antes insatisfecha de pasajeros que utilizan destinos como Cancún o Puerto Vallarta, **sin embargo, algo que debemos corregir es el problema de las visas, al turista centroamericano le cuesta más trabajo venir a México que ir a los Estados Unidos.**

El viajero japonés y oriental, no tiene problemas. México está haciendo labor promocional en esta región, pero tenemos problemas con Taiwan porque no existen relaciones diplomáticas. Estas acciones representan una apertura del sector turismo en muchos sentidos. Cielos abiertos para que todas las líneas que quieran venir a México lo hagan, apertura de vuelos charters, desregulación del transporte carretero abren el mundo fascinante del turismo hacia México; la línea chartera mexicana promotora de vuelos de fletamiento con éxito rotundo, tienen aviones nuevos y tecnologías avanzadas, lo que ha permitido a los mexicanos a viajar con un 50% menos de la tarifa normal. Estas empresas logran tarifas muy reducidas porque no incurren en los mismos gastos que una línea aérea tradicional, con altos costos de operación, no venden espacios de avión, lo alquilan completamente, lo mismo sucede con los hoteles, se compran en

volumen, porque no es lo mismo llegar a pedir un cuarto que cueste 80 ó 100 dólares.

Las arrendadoras de automóviles juegan un papel muy importante en el desarrollo turístico del país. En México el volumen de turismo que se realiza por carretera es elevado, ya que hay buen número de viajeros que utilizan las carreteras, en muchas ocasiones porque sus destinos no cuentan con la infraestructura necesaria para viajar por avión y por la gran extensión territorial.

Desgraciadamente nuestras carreteras no cuentan aún con los servicios adecuados para lograr un mayor desarrollo turístico vía terrestre. No existen los suficientes módulos de auxilio, ni gasolineras, ni los hoteles adecuados.

En naciones, como España, uno de los países con gran incidencia de turismo por carretera, el viajero se siente completamente seguro de utilizar las autopistas y aún las carreteras pequeñas, porque encuentran en ellas módulos de auxilio, policía vial, hoteles, restaurantes y otros servicios de apoyo al turismo.

México es uno de los países de mayores longitudes carreteras, pero debido a que no cuentan con los servicios necesarios, muchos turistas ven como obstáculo la falta de seguridad.

Como estrategia estas empresas mexicanas en las zonas turísticas más importantes mantienen una relación estrecha con cadenas hoteleras y as líneas aéreas, ofreciendo paquetes de renta bajos.

Por otro lado el gobierno federal, en el Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000 plantea incrementar la capacidad competitiva del ector y promueve un desarrollo turístico sustentable, como factores para nantener, mejorar y ampliar la planta de empleo en el sector, incrementar la aptación de divisas y fomentar el desarrollo regional motivado en la apacidad hotelera instalada en la oferta turística y de transporte y por el norme atractivo que tienen las diversas regiones del país, a la vez se conoce el impacto que causa la crisis económica sobre las finanzas de s empresas turísticas, la imagen negativa generada por fenómenos aturales y sociales ocurridos en nuestros centros turísticos y las barreras urocráticas y administrativas que corresponden al rápido desarrollo de las rrientes turísticas.

Las acciones de esta política turística, se orientan a recuperar y hacer crecer la competitividad de los centros y regiones turísticas más importantes reforzando la identidad de sus productos básicos, mejorando su calidad ambiental, sumándoles valor mediante la diversificación de actividades, incrementando las posibilidades de acceso terrestre, marítimo y aéreo a los consumidores y reorientando la promoción de ésta renovada oferta hacia los mercados con mayor potencial de respuesta, diversificando y dando prioridad a los canales de distribución más eficaces. Estas acciones se han encaminado de manera prioritaria a los destinos turísticos de playa, incluyendo los cinco centros turísticos integralmente planeados por FONATUR y los siete destinos de playa tradicionales más importantes, a la frontera norte de nuestro país, en donde destacan las ciudades de Tijuana y Ciudad Juárez y el corredor de Nuevo Laredo a Matamoros; a las grandes ciudades de México, Guadalajara y Monterrey, y al desarrollo de una nueva oferta en las barrancas de la sierra Tarahumara de Chihuahua, en el mundo Maya del sureste de México y en parques naturales y áreas protegidas seleccionadas, donde destacan las lagunas visitadas por la ballena gris en Baja California Sur, la mariposa monarca en Michoacán y el Parque Popoixta. en las inmediaciones del Distrito Federal, además de continuar en la promoción regional del grupo de Ciudades Coloniales.

Estos productos, se han comercializado en mercados naturales más importantes, constituidos por Estados Unidos, países seleccionados de Latinoamérica y Europa; los centros y regiones turísticas prioritarios son:

- Cancún-Cozumel-Isla Mujeres-Corredor a Tulum.
- Huatulco-Oax..
- Ixtapa Zihuatanejo, Gro.
- Corredor del Alto Golfo de California (San Felipe-Santa Clara-Peñasco).
- Corredor Loreto-Nopolo-Puerto Escondido, la Paz, los Cabos.
- Puerto Vallarta-Guadalajara.
- Acapulco-Taxco-Cuernavaca.
- Mazatlán, Sin.
- Manzanillo, Col.
- Corredor Tajín-Veracruz-los Tuxtlas.
- Ciudad de México.
- Ciudad de Monterrey.
- Corredor Tijuana-Ensenada.
- Ciudad Juárez-Chihuahua y región de la Barranca del Cobre.
- Corredor Nuevo Laredo-Reynosa-Matamoros.
- Región del mundo Maya: Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán y Quintana Roo.

- Programa de Ciudades Coloniales: del mar de Cortés, del Norte, de Tesoros Coloniales del Bajío. de la ruta de Cortés, de la ruta de la Independencia. del mundo Huasteco y del Mundo Maya.

Los centros turísticos más importantes de México están ligados a corredores o regiones en las cuales se manifiesta un doble fenómeno. Los centros turísticos propician el desarrollo de polos turísticos regionales, en torno al centro turístico principal y a su vez el valor del destino turístico se ve incrementado por la riqueza del entorno regional. De ahí que en la lista de prioridades se marque esta relación dual, bajo la denominación general antes indicada de corredores o regiones prioritarias.

Esta competitividad de la oferta turística mexicana se define en acciones como: la identidad de sus productos básicos, por ejemplo el producto Cancún son las playas caribeñas ligada a los vestigios de la cultura Maya, el producto los Cabos es la naturaleza excepcional de la Península de Baja California, fauna marítima y fauna y flora del desierto.

A esta acción de identificación precisa del producto turístico es indispensable agregarle valor. Mejorando la calidad ambiental y diversificando las actividades del turista.

La acción estratégica de incrementar el valor agregado a los centros turísticos radica en la diversificación de las actividades del turista, el programa sectorial de desarrollo del turismo destaca el incremento de actividades específicas tales como:

- Turismo náutico.
- Turismo cinegético.
- Turismo deportivo.
- Turismo de observación de la naturaleza.
- Turismo cultural.
- Turismo de hombres de negocio y convenciones.

Así mismo, es conveniente la creación de nuevas actividades, de gran auge mundial, que han demostrado su capacidad en aumentar la estadía y el gasto del turista en los países líderes del turismo internacional. Dentro de estas destacan los PARQUES TEMÁTICOS y los PARQUES NATURALES.

2.2 EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

La actividad turística produce una gran cantidad de efectos económicos y sociales en la sociedad en que tiene lugar. **Algunos son generados directamente por la actividad (efectos directos), en tanto que otros tienen su origen en los efectos inducidos por ésta, sobre el resto de la economía (efectos indirectos).** Es importante tener en cuenta esta doble vía de influencia, ya que el turismo tiene vinculaciones de demanda (efectos hacia atrás)[23] con una gran cantidad de sectores industriales y de servicio. de forma que en muchos casos los efectos indirectos superan cuantitativamente a los directos.

Dentro de los efectos económicos vamos a examinar en particular los que ejerce sobre la producción, el empleo y la balanza de pagos.

1.- Efectos sobre el producto y el gasto. La actividad turística genera ingresos y gastos, lo que tiene repercusiones directas sobre el producto nacional y las magnitudes que lo componen.

Dentro del circuito económico-financiero nacional, por imposiciones estadísticas. la detención y cuantificación de la aportación del turismo a la economía se centra, habitualmente, en los ingresos que se obtienen en divisas por Turismo. Esto implica la no consideración de los ingresos que el sector recibe de los mismos habitantes del país (turismo interior), así como de otros que, por razones como la compensación de ciertos flujos monetarios internacionales contra puestos, no son contabilizados.

Estos ingresos en divisas se corresponden a lo que hemos denominado anteriormente efectos directos del turismo y a su vez pueden dividirse en típicamente turísticos (los que se corresponden con servicios turísticos) y comunes (los que, procedentes de los turistas, recaen en bienes o servicios no específicamente turísticos). Así como de otros que, por razones como la compensación de ciertos flujos monetarios internacionales contrapuestos, no son contabilizados. Los efectos indirectos son los que se corresponden a los gastos efectuados por los sucesivos receptores de los ingresos

[23] EFECTO HACIA ATRÁS. Son los efectos de arrastre que ejerce un sector en este caso el turismo, sobre los sectores de los cuales adquiere bienes y servicios.

directos (excepto los que por cualquier razón salgan de la economía nacional), proveedores en diversos grados del sector turístico nacional.

La participación en la producción nacional, depende no sólo del peso del sector en la economía nacional, sino también de la estructura de la misma, del grado de desarrollo de la actividad turística, de su calidad etc. Hay que hacer notar también que nos estamos refiriendo a los efectos directos, y que para calcular el efecto real del sector en el resto de la economía habría que añadir los indirectos. Lo que supondría multiplicar los porcentajes por un índice que por lo general podría oscilar entre 2.

2.- Efectos sobre el nivel de empleo. El turismo, por sus características propias, es una actividad con una gran capacidad de creación de puestos de trabajo. Las razones de esta afirmación se fundamentan en dos de las peculiaridades propias del sector. Una de ellas, la de ser un servicio y, por lo tanto, basado en las prestaciones personales de los individuos. La otra, el necesitar un desplazamiento para su consumo, lo que provoca que los efectos del mismo se extiendan por casi toda la economía, además del sector turístico propiamente dicho. Tanto en uno como en otro caso se darán efectos directos de los mismos turistas, e indirectos, que puedan ser de diversos grados y que están provocados por la demanda de productos que más tarde servirán de base al consumo turístico.

Esta capacidad de creación de empleo por parte del turismo hace del sector un instrumento ideal para la persecución de un objetivo fundamental de la política actual: la generación de empleo.

El cálculo de la creación directa de empleo por parte del turismo tiene dos componentes principales. Uno de ellos es el que se refiere a la creación de empleos en actividades predominantemente turísticas. La cuantificación del impacto laboral directo de la demanda turística es relativamente sencilla: la cantidad de personas empleadas en hoteles o establecimientos de carácter hotelero, agencias de viajes, restaurantes, salas de fiestas, etc., es la cifra que suele darse habitualmente. No obstante, su fiabilidad es bastante dudosa en muchos casos.

El otro componente del efecto directo sobre el empleo a que hemos hecho referencia es el que viene producido por una serie de demandas que, sin ser específicamente turísticas, son realizadas directamente por turistas. Su cálculo presenta en este caso serias

dificultades, debiéndose hacer por vía indirecta mediante la ponderación del efecto del turismo en los diferentes sectores en los cuales participa de una manera no principal, pues sería muy complicado llegar a una desagregación de las cifras de empleo en cada uno de esos sectores según el tipo de demandante.

Los principales estudios realizados a la fecha se han circunscrito casi en su totalidad al cálculo del empleo en industrias de alojamiento (hotelera y restaurantera), y en muchos casos en base a índices técnicos referidos al número de empleos por plaza, según tipo y categoría.

Como ocurría con los gastos, también en el empleo se presentan una serie de efectos indirectos por parte de la actividad turística, que se materializan en los puestos de trabajo inducidos por las demandas que parten del sector. La cuantificación de estos efectos indirectos es bastante compleja. No obstante, se pueden sacar dos conclusiones importantes: la primera, que su cuantía es muy variada, según las circunstancias y tipos de países ha considerar; la segunda, que generalmente estos efectos indirectos sobre el empleo superan en su cuantía a los indirectos.

Es evidente que los efectos indirectos del turismo pueden repercutir en casi todos los sectores de la economía, a causa de las características propias de esta actividad. No obstante, esta influencia es desigual, dejándose sentir sobre manera en la construcción, alimentación, servicios financieros, etc. La elaboración de tablas intersectoriales que traten de forma explícita y separada al turismo, posibilita en buena media y con bastante exactitud la cuantificación de los efectos indirectos para cada uno, tanto desde la perspectiva de la producción como del empleo.

La organización mundial del turismo (OMT) afirma que la creación de un empleo en el sector de alojamiento tiene por corolario la creación de otro nuevo en distintos sectores de la economía. Miguel Torruco Marques, en su Historia Institucional del Turismo en México; establece que de cada cuarto de hotel que se construye en México, de acuerdo a sus áreas y servicios en establecimientos de gran turismo y cinco estrellas, genera 3.5 empleos directos y beneficia en forma directa de 17 a 23 personas; en el mismo sentido se pronuncia un informe de la Secretaría de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo UNCTAD, al afirmar que los efectos totales de la actividad turística sobre el empleo podrían llegar, en términos generales, al doble de los efectos directos.

3.- Efectos del turismo sobre la balanza de pagos. El turismo es un servicio que posee una elevada capacidad de influencia en la balanza de pagos. Por definición, su consumo lo realiza un foráneo del lugar donde se produce, lo que implica un desplazamiento del demandante, que provoca al mismo tiempo otra serie de consumos, los cuales poco o nada tienen que ver con el turismo. Todo esto supone flujos espaciales de renta que podrán influir de formas diferentes, incluso contrarias, en las balanzas de pagos en varios países. En resumen, puede decirse que, aunque la actividad turística no ha de tener obligatoriamente un reflejo en la balanza de pagos (el turismo interior), lo más corriente es que sea así y que cualquier país con cierta actividad turística (de oferta o demanda) tenga que contar con ella para alcanzar su equilibrio externo.

En contra de lo que pueda parecer, no es fácil calcular con exactitud la incidencia real de la actividad turística en la balanza de pagos. Considerando, para mayor facilidad, un país solamente exportador de turismo, su influencia en la balanza de pagos no puede identificarse con los ingresos totales por turismo.

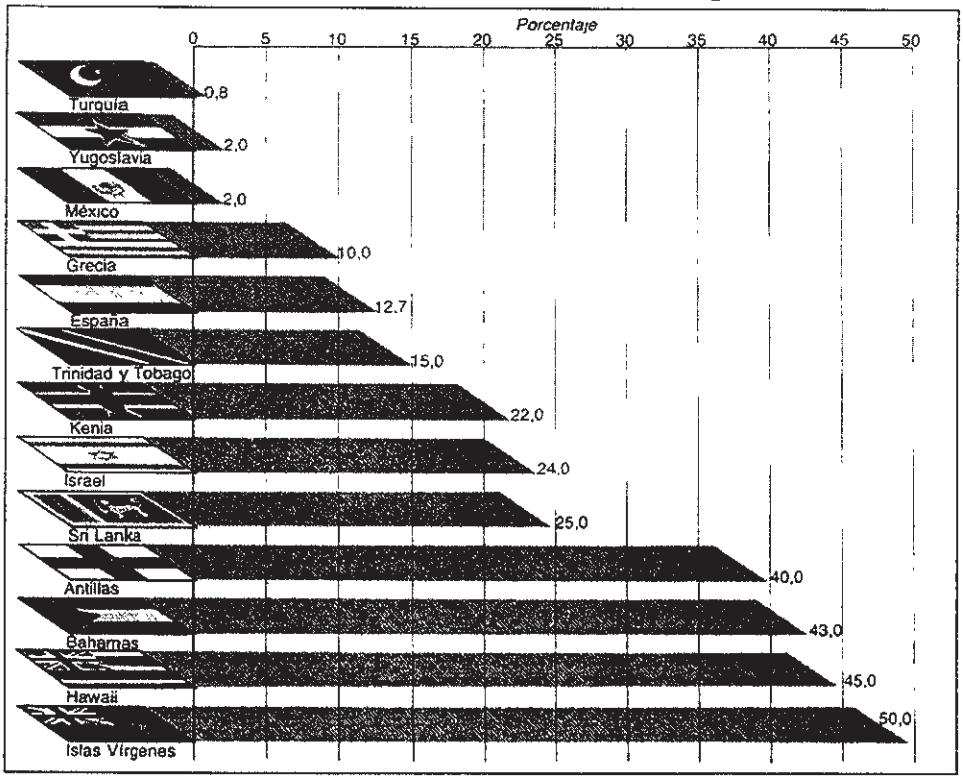
La puesta en explotación del sector tiene también unos costos en divisas que no figuran en la partida **turismo** de la balanza de pagos (lo mismo ocurre con otros ingresos). Igualmente podemos argumentar, en el caso de los gastos totales por turismo, que no pueden considerarse plenamente como tales, puesto que parte de ellos habrían tenido que ser igualmente destinados a la adquisición de bienes y servicios a importar y que han sido consumidos por los turistas fuera del país de origen.

Conocer los ingresos turísticos totales de un país no presenta mucha dificultad, aunque en algunos casos existen ciertos errores estadísticos y reales. No ocurre lo mismo cuando lo que tratamos de averiguar son los ingresos **reales**. Es evidente que para montar la industria turística y para su funcionamiento son necesarios una serie de bienes (de capital y de consumo), parte de los cuales tendrán que ser importados. La incidencia de estos gastos en la balanza de pagos es difícil de cuantificar, por presentarse dentro de agregados de complicada separación.

Los trabajos empíricos destinados a calcular los ingresos **reales** en divisas procedentes del turismo se han limitado generalmente a sustraer de los ingresos totales las importaciones de bienes de consumo llevadas a cabo por el sector y cuando se tenía información suficiente sobre ellos, los pagos de publicidad y promoción pública. En la siguiente tabla se ofrece

en términos relativos los resultados obtenidos en diversos países a la hora de intentar una aproximación a los ingresos por turismo.

Tabla No. 26
Gastos en productos importados sobre el total de ingresos turísticos



Nota: El calculo de los ingreso reales en divisas procedentes del turismo suele hacerse deduciendo de los ingresos turísticos totales los gastos en importaciones de bienes de consumo y los pagos por publicidad y promoción pública realizados por el sector.

El peso de los principales grupos de importaciones inducidas por el propio turismo depende de varios factores. En primer lugar, de la propia estructura productiva del país, que indica, en buena medida, la capacidad de respuesta que posee para atender a las demandas de consumo de los turistas.

Otro factor de cierta importancia es la localización geográfica, ya que la distancia a los centros proveedores de bienes de consumo turístico puede

influir en el nivel de los ingresos netos. Cuando a los factòres anteriores se añade la insularidad. **Para el caso de países insulares, la dependencia aumenta considerablemente, pues suele tratarse de economías muy reducidas, normalmente especializadas en productos agrarios específicos.**

Por último, hay que tener también en cuenta el nivel de desarrollo alcanzado por la zona turística en cuestión, que se traducirá en determinada calidad en la producción y unas costumbres de consumo adecuadas a la misma. **Las diferencias que puedan existir con el patrón turístico de consumo condicionarán, en buena medida, las necesidades de importación.**

Si introducimos una visión más dinámica del tema, el peso de las importaciones debidas al turismo sobre los ingresos que ese mismo sector proporciona deberá disminuir en el tiempo al adaptarse la economía nacional a las demandas generadas por el sector y no satisfechas dentro del país.

Los efectos indirectos del turismo pueden observarse en casi todos los sectores de la economía, especialmente en la construcción, la alimentación y los servicios financieros. Las señales informativas son una muestra de esta amplia infraestructura.

El consumo turístico exige un desplazamiento del demandante, lo que origina, a su vez, otros consumos poco relacionados con el turismo, por ejemplo, la familia que viaja en automóvil a otro país gastará dinero en gasolina o en servicios ajenos al turismo; de la misma manera, el turista extranjero que se transporta en avión.

2.3 CAPACITACIÓN Y EMPLEO TURÍSTICO EN MÉXICO Y SU PARTICIPACIÓN EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO.

En México como en todos los países con economías de mercado, **la empresa, ya sea privada, pública o mixta es la célula básica de la producción.** Todas las empresas existentes, tienen características comunes: todas ellas utilizan capital, materializado en máquinas e instalaciones y trabajadores, y, combinando adecuadamente estos elementos según la tecnología de que dispongan, transforman unas materias primas en un producto o servicio acabado que se lleva al mercado para obtener un beneficio para su venta.

En este sentido la producción de bienes y servicios turísticos requiere orientar, establecer las condiciones del empleo, conjuntamente con las

remuneraciones y la productividad[24] de los trabajadores, y en este sentido una mayor y mejor capacitación repercutirá en la productividad de la fuerza laboral y la remuneración. **En el trasfondo de esta conceptualización se considera que un país con mano de obra abundante ya no puede seguir determinando exclusivamente su ventaja competitiva internacional en base a bajos sueldos y poca calificación cuando los persistentes adelantos tecnológicos y las exigencias de calidad del producto y el servicio le han hecho perder dicha ventaja.** Si bien aunque ésta ya es una conclusión añeja en países desarrollados y en algunos en desarrollo, ha sido asimilada con más rezago en algunos sectores como el turístico que proporcionan servicios que son perfectamente comerciables, a diferencia de muchos bienes industriales.

La importancia del turismo en la economía medida como la participación de la rama de restaurantes y hoteles en el PIB[25] Nacional aumentó sistemáticamente entre 1988 y 1997 del 4.12 al 4.98 en promedio (a precios de mercado de 1993). La cual refleja la importancia creciente del sector en la economía, así como una tendencia creciente a terciarización de las economías del mundo.

Tabla No. 30
El empleo turístico en México y su participación en el Producto Interno Bruto (PIB)*

	PERSONAL OCUPADO (BASE 1993)									
	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997 P/
AL OCU- IIV. NAL.	24,070	24,764	25,958	26,724	27,160	27,467	28,166	27,347	28,282	29,248
PUESTOS MA 63 ' ntes y hoteles)	3,885	4,260	4,793	5,296	5,541	5,662	6,010	5,911	5,730	6,028
S	1,110	1,217	1,369	1,513	1,583	1,618	1,717	1,689	1,637	1,722
OS	2,775	3,043	3,424	3,783	3,958	4,044	4,293	4,222	4,093	4,306
EMPLEOS	3,885	4,260	4,793	5,296	5,541	5,662	6,010	5,911	5,730	6,028

) con base en el factor de 2.5 por empleo directo, es decir por cada empleo directo se generan 2.5

ar.
) por la dirección general de pol. turística.
era la inversión en el mercado accionario.

E: Banco de México; INEGI; SECOFI; utilizado en los indicadores conómicos del compendio estadístico del turismo en México 1997 SECTUR

[24] Productividad. Producción por trabajador o por hora trabajada. Para la economía nacional puede medirse dividiendo el producto interno bruto por el empleo total o el total de las horas trabajadas.

[25] Producto Interno Bruto(PIB): Es el valor (a precios vigentes, de mercado) de todos los bienes (de consumo e inversión) finales, producidos por los residentes (nacionales o extranjeros) de la comunidad durante un tiempo determinado, generalmente un año, su importe en valor monetario coincide en la oferta agregada.

Tabla No. 31
Producto Interno Pruto (PIB)
(A precios de 1993)
Millones de pesos.

CONCEPTO/AÑOS	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
PIB NACIONAL	958,229.6	998,458.8	1'049,063.8	1'103,357.9	1'133,032.1	1'155,132.2	1'206,135	1'131,752.8	1'190,344.6	1,384,824.5
PIB DE LA RAMA 63 (RESTAURANTES Y HOTELES)	39,572.8	43,319.3	47,876.6	55,074.3	62,228.0	64,600.7	69,954.4	59,953.7	58,610.4	66,471.6
RESTAURANTES	25,606.7	28,674.3	32,994.7	39,451.4	46,352.0	48,838.6	53,494.9	44,550.2	41,153.0	46,672.7
HOTELES	13,966.1	14,645.0	14,881.9	15,622.4	15,876.0	15,762 1	16,459.5	15,403.5	17,457.4	19,798.9

Información de acuerdo a los reportes trimestrales proporcionados por el Inegi lo cual no coincide con el reporte anual.

FUENTE: Banco de México; Inegi, Secofi, presentada en los indicadores macroeconómicos de Sectur.

Tradicionalmente, el empleo en el sector turismo en México ha sido en promedio de bajas remuneraciones; de acuerdo con los datos del sistema de cuentas nacionales[25] de México se observa que la distribución funcional del producto interno bruto nacional y el PIB de la rama de restaurantes y hoteles (63), en 1980 las remuneraciones de los asalariados el 36.0 y 24.8% respectivamente. En 1991 los porcentajes fueron para toda la economía y para la rama 63 respectivamente de 25.8 y 9.5 %. En 1992, las remuneraciones a los asalariados mejoran su participación en el PIB al alcanzar el 27.3% interrumpiéndose la tendencia de creciente desde 1980, pero no sucedió así con las remuneraciones de la rama 63 cuya participación bajo al 9.4%. Esta estática comparativa no solo refleja una retribución de los salarios en la rama de restaurantes y hoteles menor que en el conjunto de la economía, sino también un incremento de los costos salariales menor que en otros sectores de la economía. si bien existe el atenuante de que muchos de los trabajadores completan su sueldo con propinas y que algunas empresas tienen un carácter familiar por lo que este trabajo no asalariado no repercute en el concepto de sueldos y salarios, creemos que la afirmación de que las remuneraciones son bajas sigue siendo válida, aunque la situación no es tan grave como lo refleja el porcentaje del 9.4%, así mismo la ocupación de personal poco calificado, es un estereotipo muy común, por ejemplo el del campesino que abandona sus tierras para trabajar como jardinero en un campo de golf o en un hotel. **El empleo en el sector turismo ha seguido las pautas de un modelo de enclave en los nuevos desarrollos turísticos, es decir, una actividad económica que se *implanta* en una región que era una tierra virgen hasta hace poco tiempo y que no tiene muchos vínculos económicos con la región, es decir, donde no existe una cadena de proveedores-productores y cuyo recurso aprovechable son las personas que ya habitan la zona.** En caso de no ser un lugar muy poblado, el surgimiento de un polo turístico generará los flujos migratorios para contar con la fuerza de trabajo necesaria.

Así el empleo turístico poco calificado también se *implanta* en regiones que no tienen una estructura económica integrada, pero tampoco se observa que genere dinámicas de desarrollo o que exista la intención de los agentes económicos de crear dicha estructura, dado a que no es en principio su objetivo.

Podemos apreciar la existencia de mercados laborales muy imperfectos y segmentados. por un lado, una gran oferta de trabajo poco

[25] Los diferentes conceptos de las cuentas nacionales se deducen a partir del concepto original del producto interno bruto (PIB), constituyendo la oferta agregada, la demanda agregada

calificada e incluso sin niveles educativos elementales (saber leer y escribir), pero también se observa en el otro extremo de la cadena educativa, es decir de la gente que realizó estudios especializados en turismo, un exceso de oferta de trabajo, que se refleja en un reducido porcentaje de la inserción laboral de los egresados de carreras turísticas.

Este exceso de oferta no implica que no existan en algunas empresas trabajadores a todos los niveles altamente calificados y bien remunerados; puestos de trabajo ubicados, por ejemplo, en la actividad hotelera en establecimientos de gran turismo o cinco estrellas. También se observa el hecho de que altos puestos directivos o gerenciales son ocupados por extranjeros y/o profesionistas con estudios no relacionados con el turismo. la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y el Instituto Nacional de Estadística, geografía e informática publicaron en noviembre de 1993, la encuesta nacional de empleo y capacitación el sector Turismo. En esta obra se señala que de 162,984 personas que trabajaban en 1991 en el sector, el cual abarca los subsectores de hospedaje, agencias de viajes, arrendadoras de autos, transportadoras terrestres y transportadoras marítimas, 16,766 tenían licenciatura o posgrado (10.3%) y de ellas, sólo 5,575 (3.4) tenían estudios especializados en Turismo, 20,742 tenían bachillerato (12.72%) 20,657 estudios técnicos (12.67%). Así mismo en lo que se refiere a quienes han realizado un estudio técnico especializado en turismo fueron 9,225 personas (5.7%) del total.

En la misma publicación se muestra que 11,344 no tenían estudios (7.0%) 49,304 sólo contaban con primaria (30.3%), 40,653 con secundaria 24.9%.

Para resolver estas imperfecciones del mercado se pretende seguir una estrategia de largo plazo que consiste en la mejoría del sistema educativo turístico, que eleve la capacidad productiva de los empleados con más conocimientos de mercadotecnia (marketing) y de habilidad financiera para administrar más eficientemente una empresa, en este caso las escuelas tienen el compromiso de adecuar sus planes de estudio a un sistema de planificación integral del turismo y evitar los exceso de escuelas de licenciaturas y pocas con un nivel de calidad satisfactorio, que incluso en muchos casos los estudios de postgrado terminaban teniendo la finalidad de cubrir las deficiencias de formación del nivel inferior.

Para 1997, la SECTUR tenia identificados 520 centros de enseñanza turística en la República Mexicana, en 1993, cien de estos centros estaban dedicados a la enseñanza superior (ver anexos estadísticos del capítulo).

En contrapartida, los niveles técnicos previos a la licenciatura, si bien pudieran satisfacer una demanda de trabajo futura, también enfrentan problemas de calidad educativa, a veces peores que los que se presentan en las licenciaturas. En ambos casos, hace falta profesorado calificado y bien remunerado, requisito que sólo está siendo cubierto en ciertas escuelas privadas y parcialmente en algunas públicas, es decir, se necesita impulsar la profesionalización y actualización de la docencia.

Por otro lado las empresas no aprovechan prácticas de los estudiantes como una etapa de adiestramiento de fuerza de trabajo potencial, los que al terminar su escolaridad podrían incorporarse de una manera más activa al mercado de trabajo. Este distanciamiento se debe a que a veces las empresas no tienen algo interesante que ofrecer a los estudiantes cuando están en su etapa de preparación ya que tampoco han tenido interés en vincularse de manera efectiva y comprometida con el sistema educativo.

La SECTUR y la SEP han establecido nuevos planes de estudio planteando desde 1993 que la capacitación deberá dedicar por lo menos 70% de sus créditos a las prácticas de trabajo. Además la SEP solo autorizará el reconocimiento oficial a cualquier escuela que obtenga de SECTUR una opinión técnica que se emitirá en base a dos requisitos:

- Que las escuelas fundamenten sus planes de estudio en turismo con el objeto de que conozcan el entorno en el que se están desarrollando.

- Demuestren tener convenios de vinculación con empresas del sector donde puedan tener una educación práctica sus estudiantes.

Por lo que respecta a la capacitación muchas empresas siguen pensando que es un costo que debe asumir el trabajador como parte de sus objetivos de superación personal. La capacitación puede ser interna, esto es, el establecimiento cuenta con instructores. Generalmente, consiste en enseñar un conjunto de rutinas necesarias para el proceso productivo. (a diferencia de las empresas maquiladoras tradicionales donde la capacitación consiste fundamentalmente en un entrenamiento dirigido a los nuevos trabajadores cundo se incorporan a la empresa en el sector turístico no sucede así, pues el porcentaje de los trabajadores que reciben capacitación antes de incorporarse al trabajo es muy bajo. Son pocas las que tienen programas de capacitación permanentes, por lo cual muchas veces es la SECTUR y la STPS las que proporcionan capacitación externa como sector público. Organizaciones Empresariales como la Confederación

Nacional de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO Y SERVYTUR) también se encargan de proporcionar capacitación. Sin embargo, es difícil que un empresario quiera divulgar su Know How[22] estratégico del funcionamiento de su empresa, por lo que se reduce a la difusión de aspectos básicos generales administrativos y legales o del conocimiento del sector.

Paradójicamente, algunos empresarios reniegan de la capacitación, porque señalan que muchas veces se tiene que enseñar lo que los trabajadores debieron de haber aprendido en la escuela. Además, se teme que una vez capacitado el trabajador, busque fuera de la empresa un trabajo mejor remunerado con lo que los costos sean aprovechados por otra compañía.

El problema de capacitación-rotación del personal puede ser enfrentado si las relaciones laborales se adecuan con reglas claras sometiendo la capacitación a una evaluación por los resultados, es decir, el empresario puede otorgar un aumento salarial al trabajador en función de que este pruebe que las nuevas habilidades adquiridas para desarrollar mejor su trabajo son efectivas.

Para el sector turismo algunas entidades participan en los esfuerzos de capacitación, como son los casos de: La cámara del sector que tiene un papel preponderante en la capacitación al personal de las agencias de viajes y, alimentos y bebidas; las arrendadoras de autos, transportadoras terrestres y marítimas juegan un papel relevante, el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), escuelas oficiales y particulares, y empresas privadas. Para otros casos la capacitación es ofrecida por compañías que pertenecen a sectores distintos al educativo y al turismo. Solo la STPS y la SECTUR participan en todos los subsectores con programas de capacitación y en muchos casos lo hacen coordinadamente.

La SECTUR establece una política de formación y desarrollo de personal calificado en base a una estrategia con tres vertientes:

1) Desarrollo de procesos locales de capacitación, que consiste en generar en cada destino turístico una permanente dinámica de formación, desarrollo y actualización de personal calificado.

2) Promoción de vinculación entre empresas y escuelas para elevar la calidad de la enseñanza turística y adecuar la oferta educativa a las

[22] Know How Habilidad, experiencia

necesidades de desarrollo del sector, a partir de la corresponsabilidad que deben tener los empleadores en la formación de personal que requerirán.

3) Creación y fomento de una verdadera cultura turística en México para promover la conciencia de la estrecha relación entre la calidad de la experiencia de un turista o extranjero, con la calidad debida del anfitrión.

Esta forma de apreciar el turismo va dirigida a estimular y a fomentar tanto inversión como a generar una mayor demanda de viajeros, que propicie la creación de empleos directos e indirectos, buscando con ello promover la integración del sector con las distintas regiones geoeconómicas. La consecución de esta política se planea a largo plazo, porque en la actualidad la mayor oferta de hospedaje y la capacitación que se está implementado en casi la totalidad de los hoteles de gran turismo, cinco y cuatro estrellas son para responder al requerimiento de un turismo que demanda calidad y exclusividad, por lo que deja de lado a hoteles menores a cuatro estrellas que no tienen posibilidades de invertir grandes sumas de capital y de establecer en todos ellos un programa de capacitación.

Esta estrategia se ha sustentado en los programas Frontera Norte, Ciudades Coloniales y Mundo Maya. En el primer programa se persigue ofrecer una frontera competitiva que atraiga visitantes nacionales y extranjeros, para ello es necesario ir incrementando la oferta hotelera y los servicios recreativos; mejorar el estado de las carreteras, construir paraderos carreteros, gasolineras y talleres mecánicos, etc. El segundo programa tiene como propósito llevar acabo la difusión de la cultura de esa zona mediante festivales culturales y ferias tradicionales, con las cuales se busca atraer a turistas de la región del Altiplano. Por último el tercer programa va examinado a resaltar la riqueza arqueológica de la cultura Maya, estos apoyos se orientarán a aspectos vinculados con el hospedaje, servicios de transportes, museos, bibliotecas, guías de turistas y el estrechamiento de relaciones amistosas a través de convenios bilaterales con Belice, Honduras, el Salvador y Guatemala.

En lo que se refiere a las variables de empleo (personal ocupado), número de establecimientos y promedio de trabajadores por establecimiento, el cuadro de las características principales del subsector de hospedaje aporta revelaciones muy interesantes. Los hoteles de 5, 4 y 3 estrellas concentran el 66.2% del empleo del subsector. Una política de empleo deberá concentrar esfuerzos en establecimientos de estas categorías. El número de establecimientos se concentra en los de 3 estrellas o menos (incluyendo clase económica, especial y sin categoría, puesto que

estos abarcan el 89.7% del total, esto fundamentalmente se debe a que este tipo de negocios son más modestos, de carácter familiar y de tamaño pequeño, que se refleja en el promedio del personal ocupado, mucho más bajo que el de categorías mayores.

Tabla No. 32
Establecimientos de hospedaje por categoría, según principales características y existencia de programas de capacitación

Subsector	Numero de establecimientos	Personal Ocupado (30/SEP/91)	Promedio de Trabajadores por estab.	Programa de Capacitación	
				SI	NO
otal	7,976	138,206	17.3	3,631	4,345
ran Turismo	39	13,708	351.5	39	-
estrellas	167	33,649	201.5	156	11
estrellas	619	29,856	48.2	524	95
estrellas	1,496	28,007	18.7	912	584
estrellas	1,398	12,439	8.9	827	571
estrella	1,415	7,665	5.4	557	858
lase económica	1,493	5,862	3.9	336	1,157
in Cat. Y clase especial	1,349	7,020	5.2	280	1,069

JENTE: Indicadores macroeconómicos de la Sectur.

El tipo de mercados que proveen los hoteles de menores categorías se diferencia mucho de los de 4 estrellas o más, dada la gran cantidad de establecimientos, el tipo de competencia es menos oligopólica, y se da más vía precios que por la diferenciación del servicio y atienden a personas de ingresos bajos, aunque en ocasiones aprovechan condiciones de monopolio temporal, por ejemplo, en regiones apartadas, es el único hotel de dicha localidad, pero enfrentan porcentajes de ocupación más bajos.

Un caso interesante es el de los hoteles de 3 estrellas cuyo porcentaje de ocupación a nivel nacional en 1991 fue muy parecido al promedio nacional y que puede seguir una estrategia de mercado que combine las de los hoteles de mayores y menores categorías.

Así puede competir con los de 4 estrellas vía precios y con los de 2 vía calidad del servicio, para el consumidor esto tiene ventajas y desventajas, porque puede alojarse en uno de 3 que parezca de 4, o en caso contrario de 2. En contrapartida este último caso puede ser muy

riesgoso para el dueño del hotel, porque le puede ocasionar caídas de ocupación muy fuertes que difícilmente podrá remontar después.

Los establecimientos de 2 estrellas comparten aspectos de los de las categorías bajas y altas, y por ello son relevantes económicamente, pues emplean a una cantidad significativa de gente y participan con una cantidad, importante de establecimientos. Por otra parte, el porcentaje de aquéllos que tienen programas de capacitación es alto y nos haría pensar que el problema de falta de recursos no es tan grave como en los de categorías más bajas, por lo que en este caso el problema de cultura turística y empresarial puede se resulto con un esfuerzo más intenso de capacitación. El enorme mercado que tienen enfrente deberá ser aprovechado por estos empresarios.

Por lo antes expuesto, la capacitación no sólo debe ser para el empleado, sino también para el empleador. Esto que pudiera ser inevitable en los negocios familiares que casi no hay personal asalariado, como en los establecimientos de categorías más bajas del subsector de hospedaje, o en los negocios de personas que no contratan a nadie, guías de turistas, agencias de viajes, etc., también es necesario en los negocios en los que se requiere mayor capacidad de dirección y administración. Lo anterior no excluye la posibilidad de que los establecimientos contraten a un administrador eficiente con una adecuada preparación en turismo.

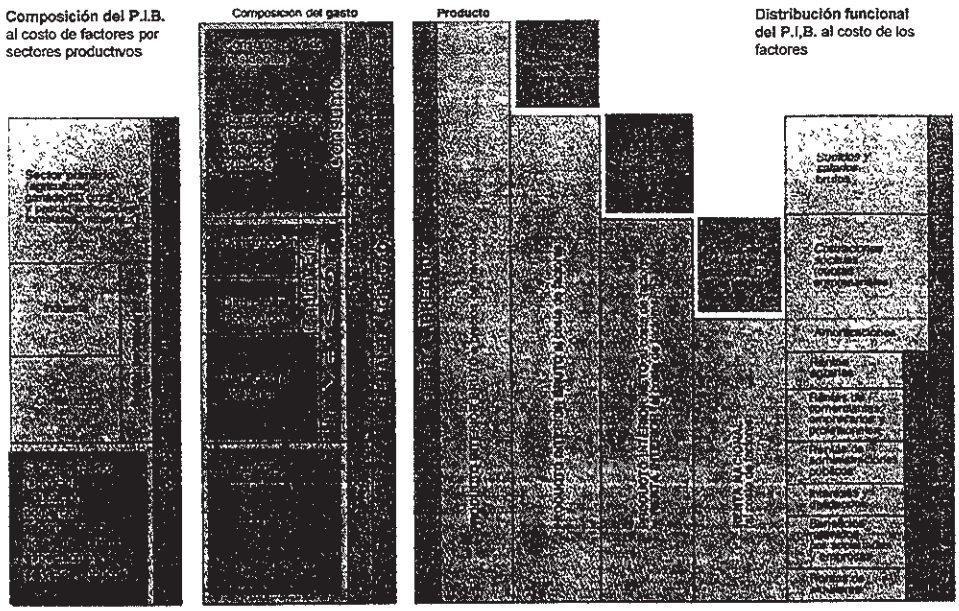
Cada año que pasa, la actividad global de la nación se contabiliza. Los flujos de los diferentes sujetos macroeconómicos se registran en cuentas de cuyo examen surgen diversos flujos. La cuantía comparativa de éstos da una imagen descriptiva de monto de la actividad económica de la nación y de su estructura. En la página siguiente aparecen conceptos macroeconómicos emergidos de una contabilidad nacional y la relación que guardan unos con otros.

Los diferentes conceptos de la contabilidad nacional se deducen a partir del concepto originario de producto interno bruto PIB. Este se define como el valor, a los precios del mercado, de todos los productos finales, obtenidos por los residentes habituales de una comunidad (de ahí lo de interior); durante un año. Ese producto constituye el valor de lo producido, es la oferta agregada, de una u otra cosa. Porque lo que efectivamente no sea comprado por alguien (familias, otras empresas, compras netas del extranjero, o consumo de bienes públicos **impuestos** por el gobierno) pasará a formar parte de los invendidos, es decir, de la acumulación de existencias; se definen como una forma de inversión y se contabilizan como

forma, considerando los hechos después de ocurridos, el valor de la demanda agregada es siempre igual al de la oferta agregada. Esto es una verdad contable, mas muy poco aclaratoria, pues significa sólo que lo producido habrá ido alguna parte.

DIAGRAMA Nº 5
LAS DIFERENTES MAGNITUDES MACROECONÓMICAS EN LA CONTABILIDAD NACIONAL.

Composición del P.I.B. al costo de factores, por sectores productivos.



FUENTE: Enciclopedia Práctica de Economía, Ed. Orbis, S.A., pp. 17

2.2 EFECTOS DEL TURISMO EN LA BALANZA DE PAGOS

El turismo incide en numerosas partidas, tanto de las operaciones corrientes como de capital de la balanza de pagos. Sin embargo, el análisis del saldo neto del turismo en la balanza por cuenta corriente y de capital no es fácil, pues generalmente no suele contarse con una sectorización de las operaciones con el exterior.

es fácil, pues generalmente no suele contarse con una sectorización de las operaciones con el exterior.

Pero, ¿qué es la balanza de pagos? es un documento contable en que se recoge, de manera resumida, el registro de las transacciones económicas llevadas a cabo entre los residentes de un país y los del resto del mundo, incluidos sus gobiernos durante un periodo determinado, por ejemplo, un año. Estas operaciones son de muy diversa naturaleza: comerciales (importación y exportación) o financieras (créditos, préstamos, inversiones), referidas a bienes (materias primas, productos terminados), o a servicios (turismo, seguros, transportes), etc. En la balanza de pagos, esas partidas se ordenan y clasifican de forma sistemática, porque no todas tienen la misma significación económica. Finalmente, todas las operaciones se contabilizan en términos monetarios.

La balanza de pagos no recoge pagos, sino transacciones, las que pueden ser de dos tipos: unas que dan lugar a derechos o créditos contra el exterior, y otras que dan lugar a obligaciones o débitos. La balanza de pagos tiene, pues, dos columnas, que reflejan ambos tipos de operaciones; **a menudo lo que se presenta es la diferencia entre ambas, o sea, el saldo.**

Todas las operaciones de la balanza de pagos se anotan por el procedimiento contable de la partida doble, es decir, toda transacción da lugar a anotaciones en, por lo menos, dos cuentas distintas, con signo contrario. Eso es obvio en las operaciones que dan lugar a un movimiento de bienes, servicios o capitales y a un pago en sentido contrario. Por ejemplo, la venta de café al contado da lugar, en la balanza de pagos de México, a una anotación por la salida de mercancías y a otra, de signo contrario, por la entrada de moneda. Si la venta tiene lugar con pago aplazado, figuran, de un lado la salida de mercancías y, de otro, la adquisición de un derecho a cobrar en el futuro o, lo que es lo mismo, la concesión de un crédito al comerciante alemán por el tiempo en que se le aplaza el pago. Cuando el deudor pague, figurará la entrada de moneda en una cuenta y la desaparición del crédito, en otra.

Cuando se trata de operaciones que no tienen contrapartida, también juegan dos cuentas. Supongamos que el comerciante alemán se declara en quiebra y el exportador mexicano no puede cobrar: esto aparecerá, de un lado, como la cancelación del crédito contra el comerciante alemán y, de otro, como una transferencia (una operación que no da lugar a contra partida), como si el exportador hubiese perdonado su deuda o regalado el

café al comerciante insolvente. Del mismo modo, si un emigrante mexicano en Estados Unidos envía unos dólares a su familia, en México, nos hallamos ante una operación que no tiene contrapartida (la familia no se compromete a enviar nada al emigrante, a cambio de sus dólares). Se anota la entrada de dólares en México, figurando la contrapartida en la cuenta de transferencias (remesas de emigrantes).

Antes de estudiar las distintas partidas de la balanza de pagos, es conveniente identificar las personas a las que afectan las operaciones que se incluyen en ella: transacciones entre los residentes de otros países. De acuerdo con la legislación de cada nación, es residente la persona que tiene su domicilio en esa nación concierta permanencia (por ejemplo, seis meses), tanto si tiene la nacionalidad del país como si es extranjero. Como regla general, los diplomáticos, militares destacados en otros países, turistas, etc., se consideran residentes de su país de origen.

La clasificación y agrupación de las transacciones que figuran en la balanza de pagos no es caprichosa, sino que se lleva a cabo de acuerdo con la significación económica de cada partida, aunque cada país suele introducir modificaciones de menor importancia, podemos utilizar la siguiente clasificación con carácter general:

1.- **Mercancías y oro no monetario**. Corresponde a las importaciones y exportaciones de mercancías, la referencia al oro se debe a que éste se usa también como medio de pago o reserva internacional; por tanto, sus salidas y entradas figuran en otra cuenta, la de variación de reservas, pero no si se trata de oro para joyería, odontología y usos industriales, en que aparece como una mercancía más. El conjunto de importaciones y exportaciones da lugar a la balanza de mercancías.

2.- **Servicios o Invisibles**. Se incluyen los créditos por la prestación de servicios a no residentes y los débitos por servicios recibidos de ellos: fletes, seguros y ***transporte, turismo y viajes***, asistencia técnica, derechos de autor y patentes, servicios bancarios, etc. También figuran aquí las rentas de inversiones (sean éstas directas o financieras) y ciertas transacciones gubernamentales (como los gastos diplomáticos y consulares en el exterior, los gastos de las fuerzas armadas estacionadas en otros países, la contribución a organismos internacionales, etc).

A la suma de las operaciones de mercancías y servicios se le llama balanza de bienes y servicios.

3.- **Transferencias**. Esta cuenta que antiguamente se llamaba de donaciones, incluye las transferencias privadas de renta (por ejemplo, las remesas de emigrantes, las pensiones cobradas en el extranjero por residentes del país, los premios, las liquidaciones de herencias, etc.) y las transferencias gubernamentales unilaterales (las más famosas son las reparaciones de guerra).

La suma de las tres partidas anteriores constituye la balanza por cuenta corriente o balanza de renta.

4.- **Capitales a largo plazo**. Una parte importante de las transacciones entre países la constituyen los movimientos de capital. Se dice que éstos son a largo plazo cuando el documento jurídico en que reflejan tiene un vencimiento superior a un año; en caso contrario, son a corto plazo. La distinción es discutible: la compra por un residente de este país de deuda pública extranjera con vencimiento a diez años es una operación de capital a largo plazo (un préstamo al gobierno extranjero en cuestión), aunque el comprador puede desprenderse de esos títulos al cabo de unas pocas semanas; la operación, pues, tiene una forma jurídica que la cataloga como a largo plazo, pero de hecho es una operación a corto (y quizá siempre tuvo este carácter en la intención del sujeto). Por otro lado, la apertura de una cuenta de depósito a la vista por parte de un no residente figura como una operación, de capital a corto plazo; puede cancelarse mañana mismo, aunque esa persona proyecte no retirar esos fondos durante muchos años. Después de esa salvedad, veamos con más detenimiento que figura entre los capitales a largo plazo, de un lado, se suele distinguir entre operaciones de capital público y privado, según las lleven a cabo entes públicos (gobiernos nacionales o locales, por ejemplo) o particulares. De otro, se distinguen dos categorías de operaciones a largo plazo:

- ***Inversiones*** (de residentes, en el exterior, o de no residentes, en el país). Pueden ser directas (participación en una empresa en un porcentaje elevado de su capital, que haga pensar que se va ejercer un control sobre ella), de cartera (compra de obligaciones u otros títulos financieros, incluidas acciones cuando no den lugar al control de la sociedad), de inmuebles (casas, terrenos, etc.) y otras (incluyendo el financiamiento de películas en coproducción).

- ***Créditos***, que recogen la concesión o recepción de créditos y préstamos (comerciales, financieros, etc.) y su amortización o devolución (los

intereses y comisiones figuran en la cuenta de servicios, como ya se ha señalado anteriormente).

Conviene tener en cuenta que el criterio de contabilidad en la balanza de pagos es siempre el de si da lugar a una entrada o una salida de divisas. La concesión de un crédito, pues, en cuanto equivale a una salida de moneda al exterior, figura como un débito en la balanza de pagos, en el mismo lado que una importación.

La suma de todas las partidas anteriores da lugar a la balanza básica. Se considera que todas las operaciones incluidas en ella tienen una justificación propia, independiente del saldo final de la balanza de pagos, es decir, los motivos por los que se importa o exporta, se hace turismo o se piden créditos a largo plazo no tienen que ver con el intento de aumentar o reducir el déficit de la balanza de pagos. Esto no siempre es así: por ejemplo, los capitales públicos a largo plazo pueden buscarse no para financiar la construcción de una presa, sino para reducir el déficit de la balanza de pagos. Sin embargo, es probable que la mayoría de las operaciones de la balanza básica sean autónomas, y que las que se mencionan después sean ***inducidas o compensatorias***, esto es, dirigidas a compensar las anteriores.

5.- **Capitales a corto plazo**. Créditos y débitos materializados en documentos de vencimiento inferior a un año. Se suele suponer que son capitales altamente móviles, que buscan su beneficio en las diferencias de tipos de interés entre países y en las expectativas de devaluación o revaluación entre monedas; cuando esos beneficios esperados desaparecen, los capitales se mueven rápidamente en busca de oportunidades en otro lugar. Y hemos explicado cómo esto no tiene porque ser así.

6.- **Operaciones con el Fondo Monetario Internacional.** Incluyen la oil facility (una línea de crédito proporcionada por el fondo para cubrir los mayores pagos por importación de petróleo, a raíz de la subida de los precios de este en los años 70) y el financiamiento compensatorio (crédito del fondo para ayudar a cubrir desequilibrios transitorios de balanza de pagos).

7. **Variaciones de reservas.** Las reservas son los fondos de los que dispone un país para hacer frente a sus pagos al exterior. Incluyen el oro monetario, la posición neta en el Fondo Monetario Internacional (que da derecho a girar automáticamente contra dicha entidad), los derechos

especiales de giro a disposición del país (se trata de una especie de moneda internacional emitida por el fondo) y las divisas (convertibles o no) a disposición de las autoridades.

La cuenta de variación de reservas es, como la cuenta de caja en las empresas, la que equilibra finalmente los cobros con los pagos. De ahí que ocupe un lugar central en la balanza de pagos y en la definición de su déficit.

8.- **Partidas no clasificadas y diferencias de valoración, o errores y omisiones.** La balanza de pagos se calcula a partir de fuentes muy diversas y de datos dispersos y no siempre completos. Es lógico, pues que no cuadre; la diferencia figura en esta cuenta, de carácter residual pero no insignificante. Incluye desfases contables (porque diversas oficinas anotan una misma operación en momentos distintos), partidas no clasificadas, errores y omisiones, diferencias de valoración, etc.

9.- **El saldo de la balanza de pagos.** La balanza de pagos, como instrumento contable, está siempre equilibrada: los débitos son iguales a los créditos. El cierre tiene lugar mediante la entrada y salida de divisas y la cuenta de errores y omisiones. Esto no es sino reconocer que un país no puede, por ejemplo, pagar más de lo que ingresa por operaciones de bienes, servicios y transferencias cuentas 1 y 2: balanza de bienes y servicios, si no es recibiendo donaciones netas (cuentas), vendiendo sus activos o pidiendo créditos al exterior (cuentas 4,5 y 6) o gastando sus reservas (cuenta 7), dejando de lado los errores y omisiones (cuentas 8). Sin embargo, se oye hablar con frecuencia del déficit o superávit de la balanza de pagos. ¿qué quiere decir?

En principio, la balanza de pagos ***presenta déficit*** cuando las operaciones que dan lugar a débitos con el exterior suman más que las que dan lugar a créditos. Ahora bien, ya hemos señalado que hay algunas operaciones que tienen un carácter derivado o compensatorio (concretamente, las cuentas 5 a 8 anteriores): por tanto, **una buena definición del déficit o superávit será el saldo de la balanza básica** (que será igual en cuantía, aunque de signo contrario, a la suma de las operacionales compensatorias, cuentas 5 a 8). Pero, ¿no es más correcto identificar el déficit con la reducción de las reservas (cuenta 7) y el superávit con su aumento?

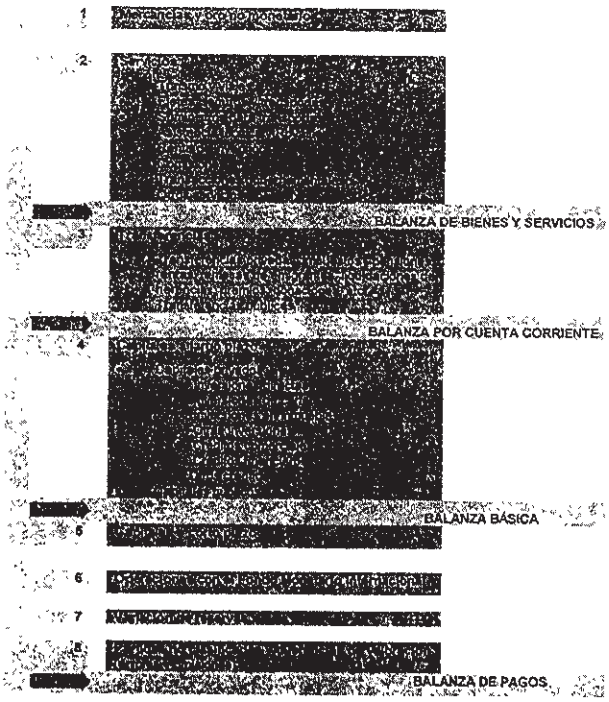
Esta es una forma de definir el déficit, pero no la más apropiada. Un país, por ejemplo, puede evitar la pérdida de reservas pidiendo prestado al

Fondo Monetario Internacional (cuenta 6): El déficit existe, aunque las reservas no se hayan reducido. También puede ocurrir que haya un elevado volumen de créditos a punto de vencer (cuenta 5): aunque las reservas no hayan disminuido, el país ha gastado más de lo que ha ingresado y, por tanto, tiene déficit. De ahí que consideremos como una media correcta el saldo de la balanza básica, con la salvedad ya hecha de que puede haber operaciones compensatorias en las cuentas 1 a 4 (sobre todo en esta última), y que puede haber partidas muy duraderas en las demás (por ejemplo, en la 5).

Esto no quiere decir que, siempre y a todos los efectos, el déficit haya que calcularlo por el saldo de la balanza básica.

Vamos a estudiar brevemente cuál sería el significado del déficit o superávit de cada una de las balanzas parciales.

DIAGRAMA N° 6
ESTRUCTURA DE LA BALANZA DE PAGOS



FUENTE: Enciclopedia Práctica de Economía; Ed. Orbis S.A. pp, 6.

- ***Balanza de bienes y servicios***. Un déficit en ella indica que el país ha comprado al exterior más bienes y servicios de los que ha vendido fuera, o lo que es lo mismo, que ha gastado más de lo que ha producido (la diferencia la ha tenido que traer del exterior, y eso es el déficit de la balanza de bienes y servicios). ¿cómo ha conseguido que el exterior le venda más de lo que le compra? ha recibido donaciones (cuenta 3), ha vendido sus activos y pedido créditos (cuenta 4,5 y 6) o ha tenido que gastar sus reservas (cuenta 7).

- ***Balanza por cuenta corriente***. Añade a lo anterior las transferencias (cuenta 3); indica, pues, si las operaciones con el exterior han contribuido positiva o negativamente a la creación de renta nacional.

- ***Balanza de capitales a largo plazo***. (Cuenta 4). Indica si el país ha recibido más o menos crédito a largo plazo que el que ha concedido, en periodo considerado. Si se le añade la cuenta 5 (capitales a corto plazo), se tiene la balanza de capitales total. Por sí solo, este saldo es poco relevante: no importa que un país aumente su endeudamiento con el exterior, en un periodo; es más, puede ser una política sensata, si permite aumentar la capacidad productiva o superar un periodo transitorio de recesión sin perder nivel de vida. Nótese que esta partida no refleja el nivel de endeudamiento exterior del país, sino sólo su incremento en el periodo considerado.

- ***Balanza básica***. Parece la medida más adecuada del déficit, al separar las partidas autónomas de las compensatorias.

- ***Variación de reservas***. Esta medida parcial del déficit tiene importancia desde el punto de vista monetario, porque todo aumento de reservas implica una creación de dinero (cuando el banco central recibe una unidad de moneda extranjera, pone en circulación moneda nacional, según el tipo de cambio vigente) y toda la disminución implica una destrucción de dinero; por tanto, las autoridades monetarias deben tener muy en cuenta esta partida.

Todo lo anterior, ¿no es demasiado vago? al menos lo parece pero es lógico que distintos autores den interpretaciones distintas a un mismo fenómeno y prefieren medir el déficit de modo distinto. También es lógico que nos fijemos en distintas balanzas, a la hora de estudiar problemas diferentes. No tener esto en cuenta puede provocar disputas innecesarias.

Por otro lado, no hay que olvidar que la balanza de pagos es un instrumento al servicio de la economía. Decir que un déficit en la balanza de pagos es siempre indeseable es absurdo, como lo es decir que todo déficit es deseable. Tampoco se puede olvidar que la significación del déficit varía con otros factores: un país que lo tenga elevado a pesar de un duro control de cambios, prohibición de movimientos de capitales y restricción a la libre circulación de mercancías, está en una situación mucho peor que otro que lo tenga alto pero con libertad de comercio y capitales. Un país con déficit y desempleo tiene soluciones más difíciles que un país con paro y superávit: éste puede remediar el desempleo sin que por ello se agraven sus cuentas exteriores, cosa que el primero no estará en condiciones de hacer.

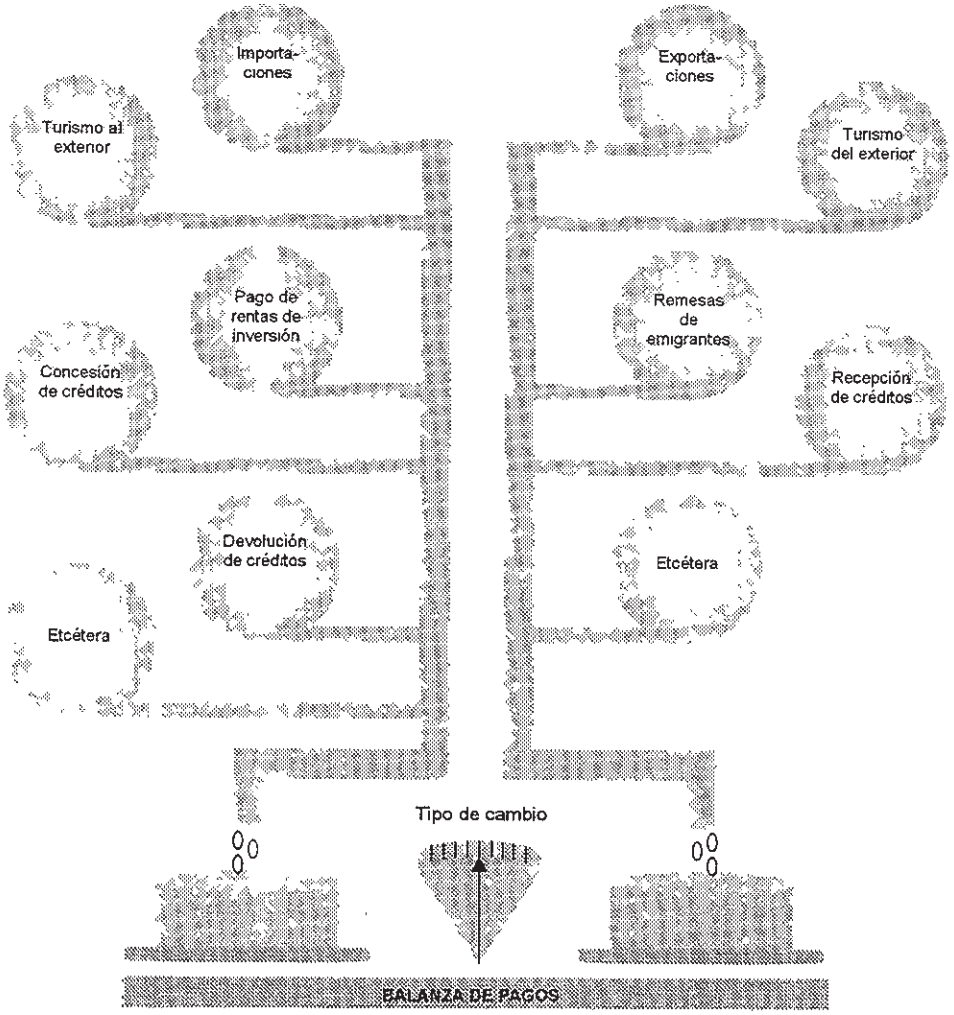
¿Por qué tiene déficit o superávit la balanza de pagos?

Que la balanza de pagos presente déficit o superávit será lo normal. Como hemos visto, esto no debe ser necesariamente un motivo de especial preocupación, aunque un déficit importante obligará a las autoridades a tomar medidas correctoras (también un superávit, aunque esto suele preocupar menos). por eso es muy importante conocer de que depende el signo y la magnitud del desequilibrio de los pagos exteriores.

Hay dos maneras de explicar el saldo de la balanza de pagos, que dan lugar a diversas teorías. La primera parte de la observación de que los componentes autónomos de la balanza da lugar a un flujo continuo de oferta y demanda de monedas extranjeras y, simultáneamente, un flujo en sentido contrario de moneda nacional. La demanda de moneda extranjera estará compuesta por la suma de las demandas de los que desean importar mercancías, los que proyectan hacer viajes al extranjero, los que conceden créditos al exterior, los que tienen que devolver créditos o pagar intereses, etc. En el lado de la oferta aparecen los que han exportado, los que han recibido capitales del exterior o remesas de emigrantes, etc. En definitiva, la oferta y la demanda de divisas vendrán dadas por los distintos componentes de la balanza de pagos.

Los componentes autónomos de la balanza de pagos provocan un flujo de la oferta y la demanda de monedas extranjeras. **Quienes desean importar, viajar al extranjero, conceder o devolver créditos al exterior o pagar intereses *componen* la demanda. En la oferta están quienes han exportado, recibido capitales o remesas de inmigrantes, teorías que se explican en el diagrama siguiente:**

DIAGRAMA Nº 7
TEORIAS BASADAS EN LOS FLUJOS



FUENTE: Enciclopedia Práctica de Economía, Ed. Orbis, S.A., pp. 14.

Parece que esta manera de ver las cosas sirve para explicar el tipo de cambio (el precio de la moneda en términos de moneda nacional), y no el saldo de la balanza de pagos. Sin embargo, ambas explicaciones coinciden. En efecto. si las autoridades dejan fluctuar libremente el tipo de cambio, este se fijará cada día de modo que la oferta y demanda de moneda extranjera se igualen; la balanza de pagos estará siempre en equilibrio (quizá no día a día, pero sí para periodos más amplios). Con tipos de cambio flexibles o fluctuantes, pues, no hay que explicar el déficit de la balanza de pagos, sino la apreciación o depreciación de la moneda.

Pero si las autoridades monetarias no dejan que el precio de la moneda extranjera se modifique (tipos de cambio fijos), deben intervenir en el mercado de divisas, vendiendo moneda extranjera cuando aumenta la demanda de esta (para evitar su sobre–valuación) y comprándola cuando es la oferta de que crece excesivamente (para evitar la depreciación de la moneda extranjera). Esa operación de compra o venta de divisas da lugar a cambios en las partidas que antes hemos llamado compensatorias (aproximadamente, las que están por debajo de la balanza básica). Por tanto, el mantenimiento del tipo de cambio fijo es el que da lugar al déficit o superávit de la balanza de pagos, y los mismos factores que, con tipos de cambio flexibles, explican la apreciación de la moneda nacional, son los que, con tipos fijos, explican la cuantía del déficit o superávit de la balanza de pagos.

Como hemos mencionado, hay otra vía para explicar el saldo de la balanza de pagos (o el tipo de cambio, que viene a ser lo mismo). En lugar de fijarse en los flujos de entrada y salida de divisas, ***el enfoque de los mercados de activos*** presta atención a las existencias (stocks) totales de activos y deudas en moneda extranjera. El mercado de divisas se comporta, en este sentido, como los demás mercados de activos. El precio de una acción en bolsa, por ejemplo, no viene determinado por la cantidad de títulos vendidos y comprados en un día (flujos), sino que es el precio necesario para que todos los poseedores de ese título (stock) estén dispuestos a conservarlos. Si el precio de la acción sube, habrá menos inversionistas que desearán tener más acciones, con la esperanza de que vuelvan a subir. Lo mismo ocurre con la moneda extranjera.

Los ingresos en divisas en concepto de turismo constituyen una partida importante de la balanza de pagos mexicana, como ponen de manifiesto los siguientes indicadores:

- Los ingresos turísticos de la rama 63 (restaurantes y hoteles) a precios de 1993 en promedio, durante el periodo 1980 a 1997, con respecto al PIB nacional a precios de 1993 fue del 5.02%.

- A partir de 1980, tanto el PIB nacional, como el PIB de la rama 63 (restaurantes y hoteles) a precios 1993 mantuvieron una tendencia creciente, en materia de generación de divisas el turismo ocupa el tercer lugar, sólo después del petróleo y las manufacturas. Los ingresos recibidos por visitantes internacionales[29], en 1997, ascendieron a 7,593.7 millones de dólares, mientras que el gasto que realizaron los mexicanos que viajaron al extranjero fue de 3.892.0 millones de dólares, por lo que en ese año se obtuvo un saldo superavitario de 3,701.7 millones de dólares.

A pesar del crecimiento de los gastos en los últimos años, el gasto turístico mexicano es relativamente reducido en comparación con otros países del mundo más desarrollados.

El contenido en importaciones del turismo internacionales inferior al contenido en importaciones de los sectores industriales.

En el caso mexicano, a diferencia de otros países en desarrollo con economía poco diversificada, el contenido en importaciones del turismo internacional es relativamente pequeño, puede afirmarse, que el sector turístico genera un volumen de importaciones relativamente reducido, debido a la diversificación de la economía mexicana, el carácter de servicio de la producción turística y que un porcentaje de las importaciones se explican por deficiencias estructurales (caso de las importaciones del sector alimentación) y a importaciones de bienes intermedios débilmente sustituibles en la economía nacional.

El saldo neto por el turismo extranjero, es altamente positivo, en 1995 fue de 3027.7 millones de dólares, en 1996 de 3,327.3 millones de dólares en 1997 se elevó a 3,709.8 millones de dólares. Para el primero de los años, los costos en divisas representaron el 25.2% de los ingresos obtenidos, para 1996 representa el 28.4% y para 1997 se elevó 30.0%, correspondiendo el

[29] Visitante internacional; toda persona que viaja, por un periodo no superior a los 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado e incluye: turista (visitante que pernocta): visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
Visitante del día (excursionistas); visita que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Esta definición incluye a los pasajero en crucero,

saldo fundamentalmente al gasto realizado por visitantes de México al exterior (turismo egresivo).

Este reducido costo en divisas del turismo extranjero se explica por el bajo nivel del contenido en importaciones y retribuciones de los factores de la producción extranjeras, debido a que la economía mexicana ha sido capaz de producir, en gran medida, los bienes y servicios demandados por los turistas y aportar los factores de la producción necesarias por la producción turística. sin embargo, el saldo neto por cuenta corriente podría ser más alto si, como ya se ha señalado, el desarrollo turístico mexicano tuviera una mayor participación en la comercialización, aumentando así los ingresos turísticos.

Las inversiones extranjeras en el sector turismo para 1989 fue de 397.8, en 1990 1,137.5, en 1991 de 850.3, en 1992 de 217,01 en 1993 de 694.2 en 1994 de 1,010.2, en 1995 de 319.6 en 1996 de 194.8 y en 1997 de 564.4 millones de dólares vía RNIE y CNIE, así como vía fideicomisos. por lo que corresponde al financiamiento del Fondo Nacional de Fomento al Turismo a la actividad turística fue como sigue:

Tabla No. 34
Financiamiento Fonatur

AÑO	MILES DE PESOS	MILES DE DÓLARES
1993	1'718,682	17,710
1994	1'252,159	179,927
1995	808,694	114,658
1996	102,789	244,114
1997 P/	20,462	246,014

Fuente: Fondo Nacional de Fomento al Turismo.
P/ preliminar

El Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT), financió a la actividad turística de acuerdo a los montos siguientes:

Tabla No. 35
Financiamiento del Banco Nacional de Comercio Exterior a la actividad turística

AÑO	MILES DE DÓLARES
1989	94,176
1990	187,589
1991	195,346
1992	254,436
1993	704,205
1994	821,955
1995P/	532,941
1996P/	798,794

P/ Preliminar
Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).

Estas inversiones, se han concentrado fundamentalmente en la compra de bienes inmuebles e infraestructura.

A partir de 1986, este tipo de información se ha visto facilitada por la elaboración de la balanza de pagos nacional y de visitantes internacionales. **En 1996 la inversión extranjera fue de 564.4 millones de dólares, constituyendo un porcentaje importante de las inversiones directas (el 5.6%) teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, puede afirmarse que el turismo, además de saldo positivo en la balanza por cuenta corriente, también presenta un flujo positivo para la economía nacional en las operaciones de capital, aunque de cuantía inferior y naturaleza diferente.**

En la balanza de pagos, el turismo da lugar en primer lugar a operaciones en la cuenta de operaciones corrientes, y en segundo lugar, a operaciones relativas a la cuenta de operaciones en capital; estos datos se reflejan mal en una balanza de pagos y existen el recurso a otras cuentas.

Las operaciones turísticas se insertan en diversos capítulos de la cuenta corriente y de la cuenta de capital, contribuyendo a determinar el saldo de la cuenta de operaciones corrientes (balance of current transactions) y el saldo de operaciones corrientes y el saldo global (Basic Balance) que comprende el saldo de operaciones corrientes y el saldo de movimientos de capitales a largo plazo, pero las operaciones turísticas no representan papel alguno en la liquidación de estos saldos.

Las operaciones turísticas afectan de diversas maneras en crédito y en débito[30] al capítulo **mercancías**, al capítulo **servicios** y al capítulo **transferencias unilaterales**.

En el renglón de mercancías. Es necesario hacer figurar en primer lugar el débito (gastos de divisas extranjeras) de las compras en el extranjero de bienes de alimentación por los turistas extranjeros, por ejemplo, carne de res, conservas, condimentos, cereales preparados, mantequillas, etc. el suministro en bebidas extrajeras ejerce igualmente una importante función (por ejemplo: whisky, vinos, aperitivos, jugos de fruta, bebidas gaseosas).

Junto a estos bienes de consumo corriente, hay también que comprar fuera, en divisas, diversos materiales de equipo, equipamiento pesado, que contribuyen a la infraestructura (por ejemplo, turbinas para acondicionamiento hidroeléctrico). La compra de estos bienes estará a menudo relacionada con empréstitos al extranjero. Tema sobre el cual insistiremos después.

Finalmente, no hay que olvidar que los turistas extranjeros compran objetos manufacturados que no todos son de origen local, por ejemplo México vende a los turistas transistores y aparatos y artículos fotográficos japoneses entre otros.

Todas estas operaciones se inscriben en el débito de la **balanza turística**. Es normal que los países de acogida tengan interés en desarrollar el consumo y la utilización de productos locales, que pueden emplearse ventajosamente incluso en una cocina internacional standar. Esforzarse por salvaguardar y desarrollar la artesanía frente al extranjero. El verdadero objetivo de esta orientación no es simplemente reducir el débito de la balanza turística, sino también desarrollar la actividad, el empleo y los ingresos en el país.

[30] DÉBITO: dinero que se debe, sinónimo de deuda acción y efecto de debitar, es decir anotar una partida en el debe de una cuenta.

En cuanto a los créditos, es preciso inscribir en el capítulo de mercancías todos los productos que se venden a los turistas. bienes de la alimentación, bebidas, recuerdos y otros objetos fabricados.

Las ventas de mercancías a los turistas, son relativamente fáciles de reconocer, bien por el análisis de presupuestos de los gastos de los turistas, bien por el hecho de que se trata de productos muy especiales o bien porque estas ventas se efectúan a través de establecimientos especializados. De todos modos, las ventas de mercancías no se limitan a las compras efectuadas por los viajeros durante su estancia. Habría que tener también en cuenta, lo cual es muy difícil. Las compras efectuadas ulteriormente por los viajeros cuando estos han entrado en su país de origen. Así como las compras efectuadas por sus amigos. De este modo el estadounidense que aprende a conocer en México el tequila o el mezcal, podrá muy bien adquirir la costumbre de consumir estos productos a su regreso. Esto puede ser el punto de partida de todo una clientela. Otro ejemplo: el europeo que ha comprado un traje típico femenino de Oaxaca, Chiapas o Yucatán y lo hace admirar a sus amigos y conocidos efectúa una especie de publicidad gratuita. Las masas de turistas han aprendido así a conocer toda clase de productos de alimentación, de artesanía y de industria que introducen en su país a su regreso, creando salidas para estos productos.

Los servicios no constituyen siempre, en la balanza de pagos, una rúbrica distinta con una clasificación interna uniformada. Generalmente, los organismos de turismo se interesan casi exclusivamente en los **capítulos de viajes (travel)** que representan adecuadamente los gastos directos y calculables de los turistas. Sin embargo, las actividades turísticas interesan también a los capítulos que se pueden clasificar así:

a) los transportes,
b) los ingresos del trabajo,
c) las rentas del capital,
d) el capítulo viajes.

Los transportes: Según las recomendaciones del Fondo Monetario Internacional (F.M.I.) (Manual of the Balance of Payments, última edición), los países no deberían incluir **en el capítulo viajes** los gastos de transporte de los turistas en trasladarse de su lugar de origen al lugar de desembarque en el país de acogida. Los gastos de transporte deberían contabilizarse separadamente en el **capítulo transportes**; el país de acogida pondría a su

crédito los gastos netos de transporte en las cuentas de navegación o de transporte aéreo que les incumbieran, en lo que respecta a los turistas extranjeros que utilicen estos medios de transporte. El mismo país de acogida pondría en el débito de la cuenta **transportes** los gastos de desplazamiento de sus propios nacionales que se trasladen al extranjero y utilizan medios de transporte extranjeros. Así, es normal que Francia ponga en su débito los gastos de boletos sobre compañías extranjeras de los viajeros franceses que viajan al extranjero. Desde hace algunos años, con el desarrollo de los transportes aéreos de largas distancias y grandes masas, los gastos de transporte se han hecho muy importantes, siendo a veces tan grandes o más que los gastos de estancia y los gastos diversos, incluyendo los transportes locales en el interior del país de acogida (estos últimos son contabilizados en el **capítulo viajes** y no en el **de transportes**). Los países contabilizan en el **capítulo viajes** los gastos de los extranjeros que realizan circuitos en autocar en el interior del país, pero los gastos de boletos en las compañías internacionales de los extranjeros que viajan en el país son contabilizados en el capítulo **transportes**. Este método estadístico es, evidentemente aceptable, pues nos proporciona un fácil desglose y porque permite conocer con bastante exactitud los ingresos y gastos en concepto de grandes vuelos internacionales y de compañías de navegación marítima. pero el empleo de este método exige dos precauciones.

- En principio, un país no debería contar sus ingresos brutos de **transportes**, dicho de otro modo, no es necesario atenerse a los ingresos procedentes de la venta de boletos, hay que deducir de los ingresos brutos todos los gatos incurridos en monedas extranjeras, por ejemplo, la amortización y mantenimiento de aparatos, los gastos de carburantes y lubrificantes, llegado el caso, la remuneración en divisas de los pilotos extranjeros, los gastos de reparación de aparatos en. aeropuertos extranjeros, las comisiones en las agencias de viajes que han vendido los boletos.

- Seguidamente, los gastos netos de transporte deben añadirse a las cifras incluidas en el **capítulo viajes**. Estos ingresos netos de transporte representan desde ahora un elemento muy importante en la balanza turística. Conviene subrayar que, aunque los transportes aéreos se hayan hecho dominantes, no hay que descuidar por ello los transportes marítimos, muy importantes para ciertos países, como Noruega, Países Bajos, Italia y Grecia. Los cruceros, en amplio desarrollo, deberán sin duda ser también objeto de un capítulo o de un subcapítulo especial. Solamente se deberían contabilizar los ingresos netos, es decir, los ingreso brutos menos los gastos en divisas extranjeras.

b) Los ingresos del trabajo: Los ingresos de trabajo son objeto de transferencias algunas de las cuales deben integrarse en la balanza turística.

Tal vez resulte difícil contabilizar en el crédito de esta balanza los ingresos retransferidos de los nacionales que trabajan en las industrias turísticas en el extranjero. Así, Suiza podría introducir en su crédito una parte de las ganancias de los suizos que son gerentes de hotel, cocineros, maitres, en los hoteles turísticos del extranjero. Pero estos créditos son casi imposibles de determinar. Al contrario, algunos países y sobre todo los países en vías de desarrollo que tratan de promover al turismo, necesitan personal especializado extranjero. Por ejemplo, los países africanos tienen una gran necesidad de técnicos extranjeros, incluyendo no sólo cocineros y gerentes de hoteles, sino también agentes de viaje, guías y personal de los demás sectores (electricistas, fontaneros, etc.). Se necesitan también, naturalmente, monitores y profesores diversos para formar la mano de obra local, a la que hay que enseñar no solo el arte de la acogida y de los servicios destinados a los turistas, sino también el arte de fabricar y vender productos a los extranjeros. Todo esto presenta importantes gastos en divisas, sobre todo en las primeras fases de desarrollo turístico, debiendo introducirse en el débito de la balanza turística.

c) Las rentas del capital: Los países occidentales desarrollados e industrializados han recurrido a veces a capitales extranjeros para permitir la constitución y desarrollo de algunas infraestructuras indispensables al turismo. En algunas ocasiones, han recurrido simplemente a préstamos a medio o largo plazos, remunerados por un interés fijo y amortizable por anualidades. En otros casos, los financieros extranjeros toman participaciones en empresas determinadas (un hotel, una carretera de peaje, etc.) en forma de compra de acciones. Finalmente, en otros casos, los promotores extranjeros realizan inversiones directas, es decir, crean ellos mismos organismos y dirigen directamente por su cuenta los establecimientos turísticos. En este último caso, aportan evidentemente un cierto **know-how** y recurren ampliamente al personal que hacen traer al lugar. Las grandes cadenas hoteleras son ejemplos característicos de estas nversiones directas. Evidentemente, en este caso se trata en realidad de una empresa extranjera que se favorece relativamente más que el país de acogida; la totalidad de rentas de capital y de las rentas de los promotores deberán inscribirse en el débito de la balanza turística del país de acogida. Tal vez sería más justo decir que se constituye un circuito monetario exterior al país de acogida puesto que los huéspedes extranjeros de los hoteles

internacionales pagan en moneda nacional que incide directamente en el circuito monetario de sus países de origen. No le quedan entonces al país de acogida más que algunos restos, en forma de pequeños gastos aparte del alojamiento. Aun estos hoteles venden a los mismos turistas toda clase de objetos (desde tarjetas postales hasta joyas locales) y constituyen una temible competencia para el comercio y la artesanía local. Sin duda, los grandes hoteles y sus boutiques deben suministrarse en parte en la artesanía local, pero sus condiciones de compra son mucho menos interesantes que si se pudiera vender directamente a los turistas. Es también cierto que estos grandes hoteles utilizan algún personal local subalterno

De todas formas, cualquiera que sea la forma de intervención del capital extranjero, el país de acogida debe pensar en los importantes débitos que constituye la remuneración de este capital en divisas extranjeras.

Sin embargo, los países de acogida podrían limitar las facilidades de repatriación de estas rentas de capital, estableciendo como condiciones a los inversionistas extranjeros que una parte de estas rentas fuera reinvertida en el lugar, o fijando un límite máximo al ingreso de capital convertible. Evidentemente, estas reglas son las excepciones en los principios de **Bretton Woods** sobre la libertad de pagos corriente y exigiría erogaciones especiales en favor de los países en vías de desarrollo. Es igualmente conveniente que los empréstitos sean aceptados para una larga duración y a razonables tasas de interés.

Pero de todos modos la promoción del turismo exigirá durante algunos años el pago en divisas de las rentas de capital, que se inscribirán en el débito de la balanza de pagos. Añadamos que los empréstitos en capital no son sólo necesarios por las infraestructuras propiamente dichas (red eléctrica y telefónica, carreteras, estaciones de medio y televisión, vehículos, etc.), sino también, para una participación en los gastos de funcionamiento que puedan ser de facilitarlos durante los primeros años hasta que se obtenga una clientela suficiente.

Los diferente capítulos, transportes, ingresos del trabajo y renta del capital, no deben subestimarse. Según las explicaciones dadas arriba, podemos abordar el capítulo principal, titulado **viajes**.

El **capítulo viajes (travel)**: Este capítulo es casi el único sobre el cual se poseen estadísticas bastante completas y al cual nos referimos generalmente. Trata esencialmente sobre los gastos de los viajeros

extranjeros en el país de acogida. **La noción turista** ha sido muy comentada y definida, por numerosos expertos, comités y organizaciones (conferencias de las naciones Unidas sobre viajes y transportes internacionales, Roma 1963). En realidad, las estadística no se refieren en general a los **turistas** si se entiende bajo este concepto a un no residente que viaja por motivos de ocio y placer. Lo más a menudo las estadísticas conciernen a los viajeros extranjeros que pasan en el país de acogida más de 24 horas y menos de un año, cualquiera que sea el motivo del desplazamiento (negocios, familia, salud, etc.).

Las participaciones en coloquios, congresos, misiones de estudios, etc., son igualmente consideradas como viajes, aunque existen algunos casos que dan lugar a confusiones, como el de personas encargadas de una misión diplomática temporal y el de los estudiantes. Estos diversos casos no son tratados uniformemente en todos los países.

Naturalmente, se introducen en el débito de este capítulo los gastos de los viajero del país emisor que se trasladan al extranjero, y se llevan al crédito **ingresos** los gastos de los viajeros que realizan una estancia en el país de acogida. Se utilizan aquí las estadísticas del F.M.I. que son en sí mismas la reproducción de estadísticas oficiales de diferentes países (la reserva de algunos ajustes menores, operados por el F.M.I.) para hacer estas estadísticas comparables entre sí. No obstante, estas estadísticas no deben producir la ilusión de dar una precisión en cifras absolutas.

No hay que olvidar, en efecto, que se trata de una evaluación basada en informaciones obtenidas por métodos diversos. La reunión de datos fragmentarios obtenidos por varios métodos permite obtener evaluaciones globales aproximativas. Aunque la cuestión de una evaluación de gastos medios de los turistas por día o semana se encuentre fuera del campo de este estudio, debemos sin embargo recordar sumariamente alguna de las fuentes de información. En los países con severos controles de cambio se controla la cantidad de dinero que el turista tiene a su llegada y se verifica después lo que le queda a la salida. La diferencia entre las dos sumas da el total de gastos. Este procedimiento tiene la ventaja de dar a conocer todos los gastos, incluso los relativos a la compra de monedas nacionales en el mercado negro y los que se han pagado directamente en divisas al proveedor. Desgraciadamente, es muy difícil y frecuentemente inoportuno someter a los viajeros a un control minucioso del contenido de sus carteras. El empleo de estos procedimientos sería vejatorio y correría el riesgo de desalentar a los viajeros. Además, este control no puede ser nunca de una eficacia absoluta. Otro método de los países con control de cambio consiste

en contabilizar las divisas cambiadas por los viajeros en el Banco Central y sus agencias autorizadas. Estas informaciones sólo pueden tener un valor indicativo, pues queda siempre la posibilidad de una transacción monetaria realizada fuera del circuito oficial.

En los países con libertad de cambio, los métodos son más variados e inciertos. Evidentemente, puede prescribirse a los bancos y a las oficinas de cambio que reporten al banco central (banco de México) las estadísticas de las operaciones de cambio que parezcan proceder de viajeros extranjeros. En algunos casos, el desglose es relativamente fácil, como cuando se trata de operaciones de cambio manuales, efectuadas por una oficina de aeropuerto. Se puede igualmente reunir información en las agencias de viajes que pueden indicar sus ingresos para circuitos organizados. Los hoteles, basándose en las normas de pernoctaciones, pueden también proporcionar informaciones por categorías (Hotel de clase especial, gran turismo, 5 estrellas, etc.)

Nos limitaremos a utilizar aquí las estadísticas existentes. (Referirse a: **líneas directrices para el establecimiento y presentación de las estadísticas del turismo y líneas directrices para la media de los gastos turísticos**, estudios publicados por la OMT).

El **capítulo viajes** provee una balanza turística restringida que permite comparar los gastos de los viajeros en el país (ingresos) con los gastos de los viajeros nacionales en el extranjero (gastos o débitos de la balanza turística). Se trata de gastos incurridos en divisas por estos viajeros. Estos gastos no comprenden los desembolsos en viajes intencionales, sino los gastos de alojamiento, las compras de algunas mercancías y los gastos de transportes interiores.

Esta balanza turística restringida puede naturalmente ser deficitaria cuando un país envía más viajeros al extranjero de los que recibe. Este es el caso de la República Federal de Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y a veces Francia. No hay que extrañarse ni acusarse de este déficit. Sería absurdo pretender equilibrar balanzas particulares como la balanza de patentes de invención, la balanza de productos alimentarios o la balanza turística. En efecto, basta que un país busque el equilibrio por su balanza global. Es perfectamente normal que la República Federal de Alemania, por ejemplo, utilice los excedentes obtenidos por la venta de automóviles o de productos químicos para financiar los déficits ocasionados por los alemanes que se trasladan al extranjero. Mejor aún, digamos que los viajes al extranjero constituyen compras de servicios muy apreciados por las

personas en vacaciones o jubilados, y que un país relativamente desarrollado debe poder adquirir estos servicios tan legítimamente como en el siglo XIX se podían adquirir materias primas, máquinas y herramientas. Considerando el problema parcialmente, es necesario que ciertos países presenten déficits para que otros puedan tener excedentes, al igual que es necesario que haya países ampliamente emisores de movimientos turísticos para que otros puedan ser sus receptores. Una vez más, para el país emisor se trata solamente de tener otros capítulos de la balanza de pagos que sean positivos. Subrayemos también que la balanza de pagos no aparece necesariamente equilibrada cada año y que diversos procedimientos de financiamiento deben permitir el mantenimiento de los movimientos turísticos, incluso en los años de depresión.

Llegamos ahora al caso de los países receptores, que tienen o desearían obtener entradas sustanciales de divisas extranjeras. Desgraciadamente, las estadísticas se refieren a ingresos brutos sin deducción de los gastos incurridos por el turismo. En realidad, se utiliza bien una balanza pseudo neta que deduce de los ingresos brutos procedentes de los viajeros extranjeros los gastos brutos de los viajeros nacionales en el extranjero. Esta es la balanza restringida y pseudo neta que será utilizada en los capítulos dedicados a ciertos países.

Esta balanza turística restringida pseudo neta no puede ofrecer un criterio absoluto para la evaluación del turismo. En principio, las cifras son aproximativas, porque están fundadas en estimaciones fragmentarias. De todos modos, comienzan a surgir progresos en esta materia; los grandes recursos a agencias de viajes para circuitos organizados o viajes todo incluido permiten conocer una parte importante del tráfico turístico. Antes, se conocían mal, los viajes individuales y aislados; por otra parte los viajes aéreos a largas distancias, mediante la entrega de boletos, las reservaciones y las tarjetas de desembarque hacen posible verificaciones estadísticas mucho más completas que antes de lo relativo a los transportes automovilísticos hacia los países vecinos. Así, es más fácil conocer el número de suecos y sus gastos en Canarias o de los alemanes en Kenia que antes el hecho de conocer el número y los gastos de los viajeros estadounidenses en México o de los franceses en Suiza. Un segundo efecto más grave de esta balanza restringida es su carácter incompleto, pues deja aparte elementos deudores importantes, como por ejemplo las compras en divisas de bienes destinados a los turistas. En el crédito, esta balanza deja aparte los ingresos de transportes así como las compras ulteriores. Sin embargo, provisionalmente no queda más que contentarse con estas estadísticas, que ofrecen órdenes de magnitud y permiten seguir la evolución temporal.

Conviene también no concentrarse en la igualdad o desigualdad numérica entre los créditos y los débitos; por ejemplo, la balanza puede estar en equilibrio o ser excedente, pero a un nivel muy bajo. En este caso, la balanza turística parece favorable, pero es de una suma tan insignificante que no representa para el país ninguna ventaja en forma de salida de productos locales, de creación de empleos y de desarrollo de una actividad interior. Para dar un significado a las cifras, hay que establecer comparaciones, por ejemplo, con las exportaciones de objetos manufacturados, con las importaciones y con el producto nacional bruto.

Las diferentes explicaciones dadas hasta ahora muestran el puesto de las actividades turísticas en los diversos capítulos de la balanza de pagos corriente, teniendo en cuenta naturalmente tanto los débitos como los créditos. Pero como se ha visto antes, la balanza de pagos corriente, que es muy importante para la apreciación general en la economía de un país, debe quedar completada con el análisis de la balanza de capitales.

d) El turismo y la balanza de capitales.

Hemos visto ya que la ejecución de un plan de desarrollo turístico exige toda clase de gastos de infraestructuras, equipos, formación profesional, etc., que a su vez hacen indispensables el recurso a capitales extranjeros. Se puede concebir, sin duda, que un país desarrollado con reservas internacionales (oro, derecho de extracción de fondos, etc.) dedique una parte de estas reservas al financiamiento de la infraestructura turística sin recurrir a capitales extranjeros. Puede también concebirse un país con excedentes importantes y prolongados de su balanza de pagos corriente (por ejemplo, Estados Unidos de 1945 a 1960, y, la R.FA.) y que decide consecuentemente utilizar todos o parte de estos excedentes en compras para la infraestructura turística. Tampoco en este caso habrá recursos a capitales extranjeros. Sin embargo, estos casos son más bien raros, sobre todo para los países de Africa, América del sur y Asia, que comienzan solamente a organizarse para el turismo y que no tienen todavía ni reservas ni excedentes. **El recurso al capital extranjero será pues casi siempre el caso normal.**

En la balanza de capitales, la mayoría de los países inscriben en el crédito las divisas registradas en el momento en que se contrae el préstamo. Así, este ingreso en capital será la contrapartida de los gastos en divisas. Para nada, cuando un país se atiene a la balanza de pagos considerada **la balanza de base (basic balance)**, añade a las cuentas corrientes los

ingresos en capital prestado a largo plazo y deduce los gastos de capital. La balanza de base es así más elevada, pero su grado de igualdad no está afectado, porque se añaden y se suprimen sumas casi idénticas. Sin embargo, esta manera de ver en la óptica de una balanza de pagos anual es engañosa. En efecto, el recurso a un préstamo implica bien un cobro inmediato, pero implica, también una deuda ulterior que no figura en la balanza de pagos, pero que debería figurar en el pasivo de un balance (external position). En realidad, ciertos países contabilizan algunos préstamos como obligaciones o **liabilities to foreigners**.

Sería posible reintegrar estas obligaciones en la balanza de pagos propiamente dicha a condición de establecer balanzas de pagos previsoras para cuatro o cinco años, inscribiendo en ellas, en el débito, el gasto futuro para la amortización de la deuda. No hay inconveniente en recurrir a capitales extranjeros para un periodo inicial. Las firmas industriales están bastante acostumbradas a comenzar de este modo, contando con los ingresos futuros para amortizar después las primeras **anticipaciones**. Actualmente, muchas naciones plenamente desarrolladas han recibido capitales durante largos períodos, lo que permite la construcción de infraestructuras e incluso compensar en parte el déficit de la cuenta corriente. No era así en el siglo XIX, por ejemplo en Estados Unidos, Canadá, Rusia, etc. Los países en vías de desarrollo no deben hoy día retroceder ante una cierta deuda indispensable para su desarrollo.

El turismo tiene numerosos objetivos y efectos que no son de tipo económico, difícilmente cuantificables. Entre las incidencias del turismo, indiquemos los aspectos culturales, sociales, religiosos, políticos, científicos, etc. Actualmente, muchos viajeros, a veces de modesta condición, pueden aprender a descubrir sitios completamente diferentes así como una fauna y una flora que no conocían, pudiendo también adquirir algunos conocimientos sobre civilizaciones antiguas, como la de los aztecas en América, la del antiguo Egipto, etc. Pueden también, naturalmente, tomar contacto con civilizaciones contemporáneas enteramente distintas.

De una manera general, todos los viajeros tienen la ocasión de observar las costumbres relativas a los alimentos y muestras de otros pueblos, así como su comportamiento cotidiano. Atendiendo a los aspectos económicos, subrayaremos tres funciones del turismo:

- El turismo contribuye poderosamente a la provisión del país en divisas, lo que permite al país en cuestión adquirir todos los objetos y servicios de que carece;

- El turismo permite realizar intercambios provechosos de bienes y servicios beneficiándose del cambio más favorable, y finalmente,

- El turismo ayuda el desarrollo de la economía interior.

Los comentarios que preceden muestran que no es necesario considerar la balanza turística en un sentido demasiado restrictivo. En realidad, hay muchos elementos, como los gastos de transporte y las compras ulteriores de mercancías, que deberían ajustarse al crédito del turismo. Por otra parte, la balanza turística comprende elementos negativos; además de los gastos de los nacionales en el extranjero; por ejemplo la compra de productos extranjeros para el consumo de los turistas y algunos transportes internacionales en líneas extranjeras. Resulta de esto que la promoción del turismo no debe limitarse a la búsqueda de ingresos brutos procedentes del incremento de llegadas, de la duración de estancia y del aumento de los gastos de los turistas. Una política sistemática debe tratar tanto de aumentar las ventas accesorias y ulteriores como de reducir los débitos desarrollando la producción de los productos locales y su consumo por los turistas.

Evidentemente, no es erróneo intentar aumentar los ingresos brutos mediante el incremento del número de turistas, la prolongación de su estancia y el aumento de sus gastos, la estrategia de los países receptores puede acentuar uno u otro de estos factores. Así, algunos países tratan de aumentar las llegadas mediante la comodidad de sus aeropuertos, el establecimiento de agencias de viajes, bancos y otros departamentos que concurren a la organización ulterior de viajes. A este efecto, es significativo el ejemplo de Reino Unido; muchos viajeros que llegan a Londres toman esta ciudad como punto de partida para la continuación de su viaje, pues encuentran en Londres todas las clases de medios de transporte, aéreos y marítimos, así como oficinas e información para la organización de sus viajes, incluyendo los seguros. Otros países tratan de prolongar la duración de la estancia, como Francia, que aparte de su principal atracción, Paris, incita a los viajeros a quedarse algunos días más para que visiten los castillos del Loire, hacer un circuito en la Provence Romana o asistir al festival de música en Aix-en-Provence. Igualmente, Italia puede ofrecer muchas posibilidades (Venecia, Florencia, etc.) para impulsar a los turistas a que prolonguen su estancia. Finalmente, otros países han intentado atraer preferentemente una clientela rica, no sólo capaz de gastar mucho dinero en hoteles de lujo, sino también de comprar recuerdos costosos, como joyas, vestidos, tapices, etc. Sin embargo, una vez más conviene hacer una advertencia contra un cálculo que puede estar limitado a los ingresos brutos.

Podría decirse que lo importante es el valor ajustado o si se prefiere el ingreso bruto menos el costo de importación o incluso el costo en general. Desde el punto de vista de la balanza de pagos, interesa recordar el contenido de importación de las exportaciones turísticas. Tomemos un ejemplo esquemático: un turista gasta 20 dólares por día. Pero el país de acogida debe pagar 3 dólares por una botella de wisky, 4 dólares para el personal extranjero, 3 dólares por mantequilla, café, queso y carne importada y 3 dólares para la amortización del capital, es decir, 13 dólares en total, que representan el contenido de importación. Se deduce pues que la adquisición neta de divisas solamente es de 20 menos 13 dólares igual a 7 dólares. Podemos tomar otro ejemplo diferente. El mismo turista que gasta 20 dólares por día es alimentado por los productos de la pesca local, pollos y huevos del país, bebe vinos locales y leche de coco. El mismo alojamiento puede consistir en construcciones locales simples, hechas por los indígenas en lugar de edificios occidentales. Evidentemente, habrá siempre un pequeño contenido de importación, pero puede llegarse quizás a reducirlo a 2 o 3 dólares, lo que dejaría un ingreso neto de 18 o 17 dólares en lugar de los 7 dólares del ejemplo anterior.

También hay que considerar que el país de acogida vende bienes gratuitos que posee abundantemente, sin ningún costo; pero que los bienes gratuitos representan una verdadera utilidad para el usuario, que consiente en pagarlos. Este es el caso de las playas de arena, de los sitios naturales pintorescos (montañas, rocas, bosques), del sol y del clima, vestigios de civilizaciones antiguas, etc. Puede decirse que el turista que ha pagado 20 dólares ha dedicado gustosamente 5 o 6 dólares para gozar de estas satisfacciones gratuitas, como diría Bastiat, y que no han costado absolutamente nada, ni en divisas ni en moneda nacional, al país de acogida.

Indiquemos también que el turismo permite una mejor utilización de los recursos naturales y humanos que sin él quedarían desempleados o subutilizados. Puede afirmarse que es un salario insignificante dar uno o dos dólares a un chico que cuida una casa o que abre una puerta, y sin embargo se trata para él de una ocupación y de un pequeño ingreso, mientras que de otro modo ese chico permanecería hundido en el ocio o en la miseria.

Considerando como proveedor de divisas, el turismo debería ser comparado con otras industrias suministradoras de divisas, pero que exigen un costo importante. La maquila de ropas para hombres es tal vez una industria próspera en México, pero exige la compra de materias primas, de herramientas y de técnicos, que deben ser pagados en divisas extranjeras,

sin contar el costo de la mano de obra local. Finalmente, estas industrias producen considerablemente la ventaja de la operación.

Los economistas distinguen entre las actividades (capital items) que emplean relativamente mucha maquinaria y las (labour intensive) actividades que usan relativamente mucha mano de obra y poca maquinaria. Estados Unidos y muchos países industrializados se han orientado hacia las actividades **capital intensif** porque la mano de obra era rara cara y difícil de dirigir. Los países en vías de desarrollo con numerosa población subempleada tienen interés, sin duda, en concentrarse en actividades y métodos **labour intensif** (trabajos de precisión y de arte hechos a mano) más bien que iniciar las fabricaciones en serie, a la máquina, con poca mano de obra. El gran interés del turismo es precisamente el ser **labur intersif**, recurriendo a una numerosa mano de obra para servicios especializados y para trabajos por pedido.

Así, la primera función del turismo es la de suministrar divisas al país. El turismo es un proveedor de divisas, o si se prefiere una metáfora, un **cazador de divisas**, pero debe preguntarse a qué precio las procura. Si se trata, por ejemplo de obtener mil dólares, podría decirse a primera vista que costarían $10,000 (suponiendo que la cotización de cambios sea de 10 pesos mexicanos por un dólar), lo que significa de un modo algo más sustancial que el turismo puede extraer $10,000 pesos de productos, recursos y servicios diversos. El costo verdadero de estos mil dólares consistiría pues en los productos, recursos y servicios que sea necesario expedir. Evidentemente, si el índice de cambios fuera de 1 dólar igual a $9, el costo solamente sería de $9,000. y si el índice de cambio fuera de 1 dólar igual a $20, el costo de los 1,000 dólares sería de $20,000. Esto muestra que un país tiene interés solo hasta cierto punto en poseer una moneda relativamente fuerte, con el fin de dar menos a los turistas. Los rusos que dan un rublo por un dólar obtendrán así dólares a escaso precio, porque el rublo no permite a los americanos extraer muchos bienes y servicios de la economía (rusa). Naturalmente, no hay que llevar demasiado lejos la **revaluación**[31] de la moneda nacional, porque entonces el país se hace caro y los turistas se desalientan. En sentido inverso, no es conveniente **devaluar**[32] la moneda; ciertamente, en este caso se adquiere la reputación de un país barato que así puede mejor atraer a los turistas, pero en cierto modo el país se vacía de su sustancia y se procura las divisas dando a cambio demasiados productos y servicios.

[31] REVALUAR. Aumento del valor de una moneda con respecto al patron monetario vigente.
[32] DEVALUAR. Reducción del tipo de cambio de una moneda respecto a otro con tipos fijos la devaluación de la moneda "A" se suele presentar como un aumento del precio de la moneda "B" (o sea, como la revaluación de ésta, ya que ambos fenómenos son simétricos)

Si dejamos aparte el precio de las divisas resultantes de la cotización de cambios, es necesario proceder a un análisis más minuciosos del costo del suministro en divisas. Se podría decir con seguridad que para obtener 1,000 dólares hay que dar a los turistas 50 días de estancia a 20 dólares. Esto no sería más que una fase intermedia de explicación. Hay que ir más al fondo de la cuestión y proporcionar tres clases de elementos:

1) Objetos y servicios que representen un contenido de importación, es decir, un gasto en divisas;

2) Recursos naturales, como bosques, terrenos, costas, a menudo abundantes y gratuitos, de difícil evaluación;

3) Trabajo humano local, que puede evaluarse en moneda del país según los salarios pagados por jornada de trabajo.

La dificultad de la evaluación del costo de los 1,000 dólares radica en el hecho de que no existe unidad de cuenta homogénea que permita estimar cada uno de los tres elementos de costo. Sin embargo, significaría un progreso considerable que algunos países pudieran evaluar el costo de 1,000 dólares en contenido de importación, recursos naturales y jornadas de trabajo. Seguidamente, se necesitaría la misma operación para algunos productos de exportación del país de acogida, como petróleo crudo, caña de azúcar y otros. Se llegaría así a comparar el costo interno de 1,000 dólares según se les gane por el turismo, exportaciones de bienes brutos, exportación de, petróleo o gas natural. **Mediante comparaciones de este tipo podría apreciarse la superioridad del turismo, que gana la misma suma con un contenido menor de importación y con un trabajo probablemente menos penoso.**

El turismo no es sólo un proveedor de divisas a un costo relativamente ventajosos. Tiene el derecho de ser también un instrumento para el desarrollo de *intercambios* internacionales *provechosos*. Esta segunda función del turismo descubre las insuficiencias del análisis en términos de balanza de pagos, y obligan a integrar al problema índices bien conocidos por los especialistas bajo el nombre de *teoría de costos comparados* y teoría de *terms of trade* (relaciones de trueque).

Se ha visto anteriormente que el equilibrio de la balanza de pagos no tenía ningún sentido cuando los ingresos y gastos se igualaban a un nivel

muy bajo. Actualmente, debe subrayarse que la balanza de pagos compra los ingresos y gastos en divisas sin considerar los movimientos reales de mercancías, subyacente en los flujos monetarios. por ejemplo, se puede tener un ingreso de 1,000 dólares vendiendo un caballo y comprando por este precio una simple alondra pagada en 1,000 dólares. Así, la balanza de pagos quedará monetariamente equilibrada con 1,000 dólares de ingresos y 1,000 dólares de gastos, pero los términos del cambio o **relación de trueque** siempre serán una alondra contra un caballo, lo cual representa un mal negocio.

Desde hace algunos años, se ha subrayado insistentemente el hecho de que los países en vías de desarrollo pierden a causa de **terms of trade** desfavorables. Se dice que proporcionan muchas materias primas y productos naturales a precios muy bajos (como un caballo, por ejemplo) y sólo reciben a cambio productos industriales relativamente poco importantes a precios muy altos. Por ejemplo, un país en vías de desarrollo proporciona millares de pieles de cocodrilo cuya captura ha exigido el trabajo de numerosos individuos, no recibiendo a cambio más que algunas bicicletas o algunas telas que representan un escaso valor.

En realidad, es muy difícil calcular los **terms of trade**, la mayoría de los expertos se contentan con examinar si los **terms of trade** se mejoran o deterioran de un período a otro. Cuando el precio de las materias primas y de otros géneros ex-coloniales aumentan, y cuando el precio de los productos occidentales fabricados disminuyen, existe una mejora de los **terms of trade** en favor del país en vías de desarrollo. Por el contrario, cuando los precios de las materias primas bajan mientras que aumentan los precios industriales, se da un deterioro de los **terms of frade**. Este último caso es el que se produce desde hace uno o dos decenios. Se concluye que los países en vías de desarrollo pierden en el cambio tanto o más de lo que ganan mediante la ayuda a países en desarrollo. Resulta de esto que muchos expertos y comités proponen la revaloración de las materias primas. Sin embargo, parece ser que el turismo pueda ser objeto de un intercambio ventajosos, pues permite a los países de acogida recibir relativamente muchas divisas (y por consiguiente comprar muchos productos industriales) proporcionando pocas cosas a los turistas. Volvamos a tomar el ejemplo de los 1,000 dólares ganados por 50 días a 20 dólares, lo que nos lleva al problema del costo interno que representan estas 50 jornadas. Se vuelve de nuevo a la necesidad de realizar investigaciones sobre este punto, pero el análisis debe realizar otras dos etapas. En primer lugar, hay que comparar el costo del turismo (siempre 1,000 dólares) con el costo de otras actividades locales; seguidamente, habría que evaluar lo que finalmente

darán los 1,000 dólares adquiridos cuando hayan sido empleados en comprar mercancías y servicios al extranjero. Si los 1,000 dólares se dedican a la compra de limpia nieves o de lavadoras de vajilla relativamente poco útiles, el cambio apenas habrá sido provechosos. Si por el contrario los 1,000 dólares son dedicados a instalaciones médicas y a productos farmacéuticos, la operación habrá sido ventajosa. Pero con esto nos salimos de la política del turismo para tratar la importante cuestión del **reempleo** de los ingresos turísticos en el extranjero. No debería ser muy difícil a algunos países interesados calcular el precio de fábrica de 1,000 dólares por diversos métodos. Se encontraría por ejemplo que para el turismo se necesitan 400 dólares de contenido de importación, 200 jornadas de trabajo y algunas materias primas de escasa importancia. Para una segunda rama se observaría por ejemplo que hacen falta 600 dólares de contenido de importación, 200 jornadas de trabajo y recursos naturales más importantes pero difíciles de cifrar. Dada la falta de unidad homogénea, ya señalada anteriormente, las autoridades estarían obligadas a realizar evaluaciones subjetivas y cualitativas (si por ejemplo la penuria de divisas fuera aguda) o evaluaciones preferenciales, contando el turismo solamente con 400 dólares en lugar de 700 dólares en la otra rama; es evidente que el turismo exigirá más mano de obra y 500 jornadas de trabajo, mientras que la segunda rama sólo exige 200 jornadas de trabajo, pero siendo la mano de obra más abundante, estos no presentaría inconveniente e incluso sería ventajoso, pues habría más personas ocupadas. Los cálculos sobre los recursos naturales serán también muy cualitativos, pues es difícil saber lo que significan algunas hectáreas de árboles cortados en bosques inmensos o determinar el valor de un malezal procedentemente inutilizado.

Así, puede llegarse a determinar con la mayor precisión el mérito de las actividades turísticas en relación con el de otros sectores.

Insistiendo en los *terms of trade*, es necesario (se dice) comparar el valor de lo que se da con el valor de lo que se recibe. Antes se empleaba el *método de cálculo ricardiano*, en horas de trabajo. Si se recibía un objeto que representaba diez horas de trabajo se había hecho un buen negocio. Pero los países en vías de desarrollo se quejan de ser las víctimas de un trueque en sentido inverso: darían por su arte diez horas de trabajo y sólo recibirían siete. Sin embargo, el cálculo es falacioso y da lugar a errores de interpretación. En principio, habría que comparar lo que se da con lo que se recibe no según las horas de trabajo necesarias para la producción sino la utilidad de la cosa dada y la utilidad de la cosa recibida. Lo que se pueda proporcionar en frutos silvestres, en franjas de arena desértica, o en árboles crecidos en los

grandes bosques representa una utilidad de exportación insignificante, mientras que la utilidad de los bienes importados (material eléctrico, teléfono, medios de transporte, etc.) es grande. **Desgraciadamente, no se han encontrado aún los medios para calcular la utilidad de los productos y hay que volver al cálculo de los costes en moneda o en horas de trabajo.**

Se tiene la tendencia a razonar sobre los **terms of trade** de la manera siguiente. por ejemplo, para 500 jornadas de trabajo se ganan 1,000 dólares, con los cuales se compran exactamente 20 bicicletas de 50 dólares cada una que no han exigido más que 20 x 10 jornadas de trabajo. Así, el país en vías de desarrollo ha facilitado el producto de 500 jornadas de trabajo y recibido a cambio el producto de 200 jornadas; por lo tanto, ha experimentado una acusada pérdida. Pero este razonamiento no es probablemente exacto, porque no es necesario considerar el trabajo de un país industrializado y bien provisto de maquinarias, sino el trabajo que hubieran exigido estas bicicletas si se hubieran fabricado en el lugar. Tal vez se hubieran necesitado en este caso 200 jornadas de trabajo por bicicleta, o sea, un total de 2,000. La operación habría sido mucho más costosa; en otros términos, la autarquía[33] cuesta cara. La elección se sitúa pues entre la adquisición por el intercambio interno y la adquisición por la producción nacional. El turismo facilita los medios de una adquisición por intercambio interno, sin demasiada maquinaria ni demasiada mutación.

Finalmente, el turismo contribuye al desarrollo interior como consecuencia de las preocupaciones inherentes a la balanza de pagos y aun cambio internacional provechoso. Para que el turismo tenga un pleno efecto favorable sobre la balanza de pagos, hay que desarrollar la producción nacional de lo que consume con el fin de que los turistas utilicen y compren. Es preciso también promover el turismo nacional para que los residentes no salgan demasiado al extranjero. Evidentemente, para llegar a un importante volumen de intercambio con el extranjero, es necesario facilitar muchos servicios a los viajeros extranjeros, lo cual es el medio de no pagar demasiado caro los productos comprados en el exterior.

Modo de pago de los gastos turísticos.

El modo de pago de los gastos turísticos es muy importante desde el punto de vista metodológico, pues solamente después de estos procedimientos de reglamento pueden evaluarse los gastos turísticos.

[33] Autarquía: Política de autosuficiencia económica opuesta a comerciar con otros grupos económicos: Un país, región o empresa, se dice que se comporta autárquicamente si intenta, mediante la restricción de las importaciones y el estímulo de la producción interna eliminar la dependencia de otros países, regiones o empresas.

Entre dos países con control de cambios estricto, el método empleado es muy práctico para el experto en estadísticas. Por ejemplo, un checo que desee trasladarse a Polonia recibe una asignación en divisas de su banco en forma de una especie de carta de crédito, extendida en zloty ante un banco correspondiente de Polonia. Así, Checoslovaquia y Polonia saben exactamente cuál es la suma desembolsada. Evidentemente, deberían existir disposiciones fuera del circuito legal, pero esto no es demasiado importante.

En los países con un control de cambios flexibles, como Francia, existen asignaciones de divisas para los viajeros, pero los bancos expiden cheques de viaje o billetes sin tener en cuenta el país que va a ser visitado. De este modo, un francés puede obtener su asignación de divisas en forma o cheque de viaje en dólares y viajar en realidad a Suiza, Austria o Portugal. Será frecuentemente muy difícil para el país de acogida distinguir las divisas recibidas de los viajeros de las recibidas para todos los demás pagos. Por ejemplo, es casi imposible para los bancos franceses realizar una distinción entre los francos suizos de los viajeros suizos y los francos suizos de los fronterizos franceses que trabajan en Suiza.

En tiempos de Phileas fogg, el viajero llevaba consigo piezas de oro sin ningún control ni a la salida ni a la entrada y toda especie de estadística era imposible. Es casi lo mismo para los americanos que salen con dólares en billetes o con cheques de viaje en dólares emitidos por bancos americanos y que se sirven de esta **moneda internacional** para dar la vuelta al mundo. Algunas veces, los billetes llegan a los bancos que efectúan el cambio, pero se distribuyen de manera más o menos oculta entre los proveedores de servicios. En estas condiciones, el modo de liquidación no facilita ningún medio para encontrar la huella de los pagos.

Desde hace algunos años, **se han introducido y desarrollado nuevas costumbres que ofrecen algunas informaciones. Así, las agencias de viajes venden circuitos a forfait que comprenden, además del precio del transporte internacional, el alojamiento, la alimentación, los traslados del aeropuerto al hotel y algunas veces la participación en manifestaciones en circuitos interiores**. Se hace entonces posible determinar, sobre el precio total de un viaje cuál es la cuantía que retornará al país de acogida. De este modo, una gran agencia de viajes alemana organiza viajes a Canarias o a Kenia incumbiéndole pagar separadamente la compañía de aviación y los gastos de estancia en Canarias o en Kenia. Por las grandes agencias de viajes se debería llegar a reunir las informaciones necesarias acerca de los gastos básicos de los turistas, a los que habría que añadir las compras efectuadas

a parte del forfait. Pero como los **forfaits son cada vez más completos y comprenden incluso una velada en una sala de fiestas o lecciones de equitación, por ejemplo, los gastos fuera de forfait son mínimos**. Por otra parte, conviene subrayar el desarrollo de las cartas de crédito (American Express, Diners Club, etc.), que permiten al viajero realizar compras sin pago inmediato. El viajero pagará seguidamente en su propia moneda las facturas presentadas por estas organizaciones, las cuales, al disponer de ordenadores, pueden determinar fácilmente la cuantía total de las compras de los americanos en México o de los ingleses en Hong Kong. Existe aquí una nueva fuente de información que se aplica en general a desembolsos fuera de forfait y que es complementaria a las informaciones de las agencias de viajes. Finalmente, no hay que olvidar que en cada país de acogida las autoridades nacionales podrían obtener informaciones ante establecimientos más especializados en la venta a la clientela extranjera. Este es el caso de numerosas boutiques de aeropuertos, de grandes hoteles, etc.

Toda esto no excluye que los viajeros puedan ser sometidos a un sondeo sobre los gastos al regresar a su país, pero las diversas formas de información pueden comprobarse y permiten evaluaciones cada vez más exactas de los gastos de los turistas.

APÉNDICE TÉCNICO.

La cuenta de liquidaciones se utiliza a menudo como procedimiento indirecto para evaluar el déficit o el superávit de la balanza de pagos en un período transcurrido. Pero se trata de un medio mediocre que ofrece una evaluación aproximativa. En efecto, puede ocurrir que la disminución de las reservas proceda de una causa sin relación alguna con la balanza de pagos: este es el caso, por ejemplo, cuando un país ha efectuado un pago complementario de oro al F.M.I. para hacer frente a un aumento de cuotas; este es el caso también cuando un país ha restituido un depósito, lo cual disminuye sus reservas. En sentido inverso, las reservas pueden ser aumentadas por el hecho de una atribución del derecho especial de extracción de fondos. Finalmente, puede observarse que la situación de reserva en el Fondo Monetario que formaba parte de este cálculo puede ser afectada por las extracciones de dinero o por reembolsos de Estados terceros. En realidad, el estado de las reservas es un balance o si se prefiere un inventario desde un período precedente y ello no tiene ninguna relación con la balanza de pagos. Por otra parte, habría que estar seguro de que el inventario es auténticamente exhaustivo y que comprende no sólo las reservas y las obligaciones a corto plazo del sector público, sino igualmente

los de los bancos comerciales e incluso los de las sociedades y de los particulares. Existe un caso especial en que la evaluación resulta muy difícil. En el caso de fuga de capitales, las sociedades y particulares han conseguido asegurarse reservas en el extranjero, reservas que no figuran en el balance y que muestran una balanza menos favorable que lo que es en realidad. Pero hay algo más grave. El balance de que se trata no es más que una parte que se refiera a los bines externos y a las obligaciones a corto plazo. La situación a un plazo más largo no está tomada en consideración. Ahora bien, puede ocurrir que la balanza de pagos haya presentado superávit y que los excedentes hayan servido para inversiones a largo plazo, de modo que la situación del balance se ha mejorado realmente, lo cual no figura desgraciadamente en las escrituras y no se puede comprobar que esta mejora ha servido para utilizar el superávit de la balanza de pagos. En definitiva, el balance de bienes y obligaciones a corto plazo frente al extranjero sólo refleja muy imperfectamente la situación de la balanza de pagos. El último punto es especialmente característico de lo que ocurre en Estados Unidos desde hace algunos años. En efecto, este país ha presentando grandes superávits de su balanza de pagos corrientes que le han permitido adquirir activos considerables en el extranjero. Desgraciadamente, no ha tenido en cuenta estos activos a largo plazo en el balance, de lo que resulta que el déficit parece considerable porque hay referencias únicamente a una situación a corto plazo, o dicho de otro modo, no se trata más que de una balanza de disponibilidades en dinero que descuida en realidad una gran parte de los elementos del balance que constituyen la solidez de la moneda y de la economía.

Conviene observar que es muy difícil saber cuál es la proporción de divisas que va realmente a las cajas del Estado que recibe a los turistas. Pueden presentarse dos casos. En primer lugar, el de las agencias de viajes, sobre el cual no se conoce muy bien la cantidad de divisas que remiten finalmente al Estado que acoge a los turistas. Por otra parte, cuando un viajero circula en varios países de un continente, se trate de Europa o América, este viajero tomo una cierta moneda y no sabe muy bien la proporción de la misma que irá a alimentar las cajas de tal o cual Estado. Por ejemplo, puede ocurrir que un francés tome francos para viajar a América y que gaste estos francos sucesivamente en diferentes países, como Guatemala, Belice u otros, no se sabe exactamente cuál es la proporción de divisas extranjeras que cada Estado recibe realmente.

Sería también necesario mejorar la compilación estadística para conocer con mayor exactitud.

1) lo que cada viajero gasta en realidad en el país de acogida, y

2) cuál es la proporción de estos gastos que se efectúa prácticamente en moneda convertible.

He aquí, aproximadamente, cómo ocurrirán las cosas. Una agencia de viajes internacional, comprará a Guatemala 1,000 carnets de estancia conteniendo cada uno cierto número de bonos correspondientes a una habitación de hotel, comidas en restaurantes, lecciones de equitación, circuitos en autocares, etc. Una escala establecerá una tarifa que considera una unidad de cuenta y las modalidades de pago. El turista utilizará sus bonos a su parecer en el país, y las empresas que hayan facilitado los servicios, los hoteles, los restaurantes, las empresas de transporte, etc. se dirigirán a la oficina central de turismo para obtener el pago, una vez recibidos estos bonos. Es evidente que si no se han utilizado algunos bonos, la firma no podrá reclamar el reembolso, así como si el turista ha decidido gastar más de lo que el bono especificaba, deberá pagar directamente un suplemento. Igualmente, se deberá negociar entre la oficina central de turismo y la agencia internacional de viajes los precios de los diferentes bonos, así como habrá que negociar entre las empresas nacionales y la oficina de turismo las modalidades de reembolso. No queda excluido que las empresas que hayan facilitado los diferentes servicios sean pagadas en moneda local y no en divisas extranjeras. De este modo, será la oficina central la que guarde las divisas.

En el caso de un viaje que comprenda la acogida en varios países. Así, podrá ocurrir que la agencia de viajes organice un circuito a forfait que se extienda a México, Guatemala, Honduras y el Salvador, en un caso semejante, los bonos serán pagados en cada país según el forfait, que habrá establecido la agencia internacional de viajes, y cada país recibirá su parte del total según el número de bonos que haya recibido del turista.

RECOMENDACIONES

Por lo anterior, se recomienda presentar los siguientes cinco puntos principales:

a) Establecimiento de una auténtica balanza turística.

b) Desarrollo del turismo nacional como primera fase hacia el turismo internacional;

c) Desequilibrio de la balanza turística (en superávit para los países receptores y en déficit para los países emisores);

actividades. Se llegaría entonces a determinar el costo de 1,000 dólares según las actividades a las que se haya recurrido.

Evidentemente, subsistirá un problema muy difícil debido a que los distintos costos no pueden calcularse por unidad homogénea. Será pues necesario proceder separadamente y preguntarse lo que el turismo cuesta en divisas extranjeras para producir 1,000 dólares, lo que cuesta en horas de trabajo o lo que cuesta en gastos de moneda nacional. En un país en donde la cuestión de las divisas extranjeras sea crucial, lo más importante será determinar de alguna manera el contenido de importación de 1,000 dólares de ingresos turísticos. Se comprobará por ejemplo que en el caso del turismo hacen falta 400 dólares de gatos externos, ingresos personales, de capitales, compra de mercancías, etc., para llegar a producir 1,000 dólares. Al mismo tiempo, se encontrará que en otra industria cualquiera el precio de costo es claramente más bajo o más alto. Se tendrán así los elementos de una comparación. En realidad, se venden a los turistas cosas con un valor mínimo, como por ejemplo, la arena de las playas, el sol, el clima, la vegetación, el sitio y los monumentos de modo que el costo real es muy bajo, lo cual viene a ser uno de los mayores triunfos del turismo.

En cuanto a los demás elementos del precio de costo, por ejemplo, a la ahora debida por trabajo, se llegará a tener una gama de precios de costo en horas de trabajo de 1,000 dólares. Una industria llegará a costar 800 horas de trabajo, otra 600 y otra 400. se tratará de saber dónde se sitúa el turismo en esta escala dado que en muchos países en vías de desarrollo no falta mano de obra, sino al contrario, ésta busca ocupación y es verosímil que este aspecto del precio de costo sea menos importante que el primer aspecto ya señalado. El turismo exige muchos servicios humanos disponibles, se trata de una labor que requiere gran intensidad de mano de obra, lo que es a menudo preferible a una industria de gran intensidad de capitales.

Por consiguiente, se recomienda emprender cálculos sobre la productividad en divisas relativas a diferentes formas de actividades, de manera que se pueda comprobar exactamente cómo se sitúa el turismo en la escala. Hemos hablado ya de productividad en divisas, pero podría emplearse igualmente otro lenguaje y hablar del costo de una cierta cantidad de divisas.

Por último, es importante subrayar el carácter fundamental del turismo, que no debe considerarse bajo el aspecto de un industria, como la del petróleo o del acero, en las cuales cada elemento puede codificarse,

traducirse en cifras para calcular una rentabilidad o restablecer balanzas parciales de pago.

Los economistas deberán considerar el turismo no como ciencia matemática, sino como ciencia humana, como la enseñanza o la salud. No puede realizarse ningún cálculo sobre la satisfacción o bienestar del turismo. **La función del turismo y sus efectos son especialmente extensos. El turismo compensa un desequilibrio biológico del ser humano acentuado por la presión de las ciudades, permitiendo un mejor conocimiento de los hombres mediante los intercambios que implica.**

CAPITULO

III

INSTRUMENTOS DE FOMENTO A LA EXPORTACIÓN TURÍSTICA

CAPÍTULO III
INSTRUMENTOS DE FOMENTO A LA EXPORTACIÓN TURÍSTICA

3.1 DETERMINANTES DE LA POLÍTICA TURÍSTICA

El turismo como ya lo hemos mencionado es uno de los fenómenos económicos, sociales, culturales y políticos de más importancia en el siglo XX, que no puede dejar indiferente al estado, **en países como México, la participación del estado en la actividad turística se justifica por las siguientes razones:**

- Porque el sistema socioeconómico es un sistema mixto, se considera que las fuerzas del mercado no son suficientes para asegurar un desarrollo turístico de acuerdo con los objetivos generales de la economía y la sociedad en su conjunto.

- En México la intervención del estado en el turismo es necesaria porque tiene que hacer frente a deficiencias relativamente importantes para el desarrollo del sector, como son la infraestructura general y turística en particular y porque, además han de complementar los esfuerzos y recursos de la iniciativa privada en determinadas áreas y sectores.

No existe, pues, alternativa con respecto a la intervención o no del estado en la actividad turística. La problemática aquí es el definir su grado de intervención.

La justificación de la necesidad de la intervención del estado en la actividad turística no significa juicio sobre su calidad y eficacia, sino el de identificar los aspectos negativos de la política turística con el fin de elaborar una política más acorde con la estrategia y objetivos de la planificación.

Existen diferentes tipos y grados de intervención del estado en la actividad turística. El grado de intervención es mayor, a medida que aumentan las funciones del estado, que pueden resumirse en las siguientes:

- Ordenar y orientar con el fin de establecer la regla de juego para el ejercicio de la actividad turística por ejemplo, el establecimiento de una reglamentación de los servicios turísticos.

- Facilitar y estimular el desarrollo de la actividad turística como puede ser elaborar una política de crédito de la planta y oferta turística en general.

- Financiar y gestionar directamente la actividad turística, por ejemplo, creando una planta turística de carácter público.

A continuación se exponen algunos aspectos fundamentales de la intervención, directa e indirecta del estado en la actividad turística: algunas deficiencias de la política turística se pueden identificar en el diagnóstico de la planta turística, infraestructura y comercialización, otras, por el contrario, exigen un análisis específico, en cuya elaboración puede ser de gran utilidad la participación del personal de las distintas unidades administrativas, órganos administrativos desconcentrados, centro de estudio y representantes en el exterior de la SECTUR, dado que la aplicación cotidiana de las medidas de política turística vigente les permite conceder sus deficiencias y limitaciones.

En el ordenamiento jurídico de las actividad turística tres aspectos fundamentales merecen ser analizados:

- La existencia o no de una ley de turismo.
- La regulación de las actividades y servicios turísticos.
- La regulación jurídico administrativa.

La Ley Federal de Turismo de México, refleja la voluntad política de crear un marco general que permita realizar cambios estructurales e institucionales de cierta magnitud, como los que el programa de desarrollo del sector turismo 1995-2000 implica y que, evidentemente, se ha de desarrollar en normas de rango inferior. Así mismo, describe la política turística y el carácter integral de su contenido en los objetivos establecidos en el artículo 2º:

- Programar la actividad turística.
- Elevar el nivel de vida económica, social y cultural de los habitantes en las entidades federativas y municipios con afluencia turística.
- Establecer la coordinación con las entidades federativas y los municipios, para la aplicación y cumplimiento de los objetivos de esta Ley.
- Determinar los mecanismos necesarios para la creación, conservación, mejoramiento, protección, promoción y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, preservando el equilibrio ecológico y social de los lugares de que se trate.
- Orientar y auxiliar a los turistas nacionales y extranjeros.
- Optimizar la calidad de los servicios turísticos.
- Fomentar la inversión en esta materia, de capitales nacionales y extranjeros.

- Propiciar los mecanismos para la participación del sector privado y social en el cumplimiento de los objetivos de esta ley.
- Promover el turismo social, así como fortalecer el patrimonio histórico y cultural de cada región del país.

La ley y el programa de desarrollo del sector turismo analizan los reglamentos sobre las actividades y servicios turísticos que delimitan los tipos de actividades turísticas, definen sus categorías, determinan la fijación de tarifas, las relaciones entre prestadores de servicios turísticos y los sistemas de inspección y control, entre otros aspectos fundamentales.

La política turística no se limita al ordenamiento jurídico. En la fase de diagnóstico hay que identificar las limitantes de otros aspectos tales como la política de fomento, información, promoción y comercialización e intervención del estado en la actividad turística.

La política de fomento, hace referencia a los estímulos fiscales (exenciones de los derechos arancelarios, deducciones en el impuesto sobre la renta y otros) e incentivos crediticios a la inversión turística. Los problemas que normalmente se plantean al respecto están relacionados con la lentitud de la tramitación y la limitación de los recursos disponibles.

En las políticas de información, promoción y comercialización hay que analizar la política de la SECTUR y otros organismos de la administración pública central, regional y local en relación con la información turística (ubicación y señalización de oficinas, formación de personal, etc.) y su promoción y comercialización (estrategia tanto sobre turismo interno como internacional, fondos disponibles, estructura de las inversiones, etc.)

En este sentido en México se creó el gabinete turístico, con el objeto de hacer concurrir las diversas políticas de la áreas federales en una política consistente con la promoción de la actividad turística. Así mismo se instaló la Comisión Ejecutiva del Turismo, con el propósito de acelerar el proceso de desregulación y simplificación para facilitar la instalación y operación de las empresas turísticas y el movimiento de las corrientes de visitantes nacionales y extranjeros se constituyó el consejo mexicano de promoción turista como apoyo al programa sectorial de turismo que define a los centros y regiones turísticas prioritarias del país, así como a los mercados naturales y de más rápida respuesta. Igualmente se creó el patronato de los ángeles verdes para seguir beneficiando a los usuarios de la red nacional carretera.

Crear las condiciones que permitan participar y competir ventajosamente en un mercado turístico mundial cada vez más globalizado y competitivo requiere de acciones de fomento a las inversiones, descentralización, desregulación, coordinación, concertación e inducción, así como de la transformación de los esquemas de promoción y publicidad.

Para ello se han diseñado la operación de fondos mixtos, con la participación concertada de los empresarios turísticos, las autoridades estatales y municipales de los destinos que se promueven. A través de quienes se busca mejorar la eficiencia en el gasto, el diseño e instrumentación de la promoción de los principales destinos turísticos del país en los mercados nacional e internacional.

Los fondos mixtos conjugan esfuerzos y recursos de los diferentes niveles de gobierno (federal, estatal y municipal) y del sector privado, para la realización de acciones de promoción, publicidad y relaciones públicas de destinos turístico específicos.

Para reforzar los beneficios de los fondos mixtos a los destinos turísticos, se han propuesto cuatro estrategias:

- Integrar los fondos mixtos al plan integral de mercadotecnia de la SECTUR.
- Trabajar en coordinación con el Consejo Mexicano de Promoción turística.
- Fomentar la creación de fondos regionales o subfondos.
- Estimular la participación más activa de las líneas aéreas dentro de los fondos, para aprovechar su experiencia en mercadotecnia.

Hacia el año 2020, la corriente mundial de viajes se situará en 1,600 millones de turistas internacionales, con un gasto de 2 billones de dólares; de acuerdo con estas proyecciones, México ocupará una posición dentro de los primeros 10 países más visitados, plantea la SECTUR.

Hacer del turismo una prioridad nacional, con un peso específico en la economía nacional, mediante instrumentos como la cuenta de turismo que integrará, además del concepto hoteles y restaurantes, todas aquellas actividades económicas vinculadas con el sector.

Igualmente, deberá contarse con una estrategia nacional de competitividad como instrumento para mejorar las condiciones de los atractivos turísticos.

La demanda en el mercado cada vez exigirá más a los destinos, por lo que es necesario adoptar una visión de sustentabilidad basada en criterios ecológicos y económicos, que evite el desplazamiento por parte de destinos que ya están inscritos en estas tendencias.

La SECTUR indica que México promueve actualmente el esfuerzo de 25 países del caribe agrupado en la Asociación de estados del caribe, que buscan impulsar una zona de turismo sustentable.

Punto clave en la decisión de viajes del turista es la diversificación y diferenciación que encuentran los turistas en los destinos, características que constituyen la esencia de programas de desarrollo de los productos que se trabajan recientemente, como mundo Maya y el circuito ecoturístico Mar de Cortés Barrancas del Cobre.

Con estas directrices se busca la posición de México en un escenario de globalización[35] y competencia, sobre todo cuando se prevé que en el año 2020 la corriente mundial de viajes se situará en 1,600 millones de turistas internacionales, que derramarán en la economía 2 billones de dólares.

Por las mismas razones, debe ser observada la evolución del mercado estadounidense, pues representa una real competencia, con productos turísticos diversificados y bien diferenciados.

Dentro de las oportunidades y retos del sector en un futuro, la SECTUR señala que en las medida en que las condiciones económicas del país mejoren, el turismo interno se consolidará y un mayor número de mexicanos tendrán acceso a los centros turísticos.

---

[35] Globalización:

- Es un proceso expansivo, que en el campo económico ha ido limitando drásticamente las opiniones de política de los Estados.
- Esta impulsada sobre todo por el comercio, aunque viene acompañada de cambios tecnológicos radicales, en especial en el campo de la telemática;
- Es la otra cara de la moneda del nuevo orden internacional, cuya expresión institucional más importante radica en la creación de la (Organización Mundial de Comercio)
- Es un proceso que socialmente está acentuando la polarización entre los países y al interior de los mismos;
- Es un proceso que tiende a ser excluyente
- Tiene fuertes componentes culturales.
- No es un proceso tan absolutista ni incontable como se pensaba hacia 1990, cuando diversos autores expusieron las primeras tesis de la globalización

Se suele admitir que la globalización de la economía se debe a la interpretación y a la interdependencia de las economías del mundo, a la imitación de los mercados y de las zonas de producción a escala planetaria, a la globalización de los criterios del rendimiento y de las gestión de la economía, a la **transnacionalización** de los capitales, de las tecnologías y de las redes de información económica. Estos procesos se han agudizado desde la caída del muro de Berlín en noviembre de 1989 y la conclusión de las negociaciones del Uruguay, que dieron un nuevo impulso a lo comercio internacional y a los movimientos transnacionales de patentes de invención, de tecnología y de flujos financieros.

Sin embargo, no evolucionan de la misma manera en todas las regiones del mundo ni tampoco tienen las mismas repercusiones.

3.2. INSTRUMENTOS DE FOMENTO TURÍSTICO

Los instrumentos utilizados en México hasta ahora en la política de fomento a la exportación puede resumirse en los siguientes cuatro grandes grupos:

1. Los de carácter financiero.
2. Los arancelarios.
3. Los fiscales
4. Los comerciales.

1. **Los instrumentos financieros** comprenden, los típicamente monetarios, que conciernen a las divisas y a la actuación sobre los tipos de cambio (devaluación).

En segundo lugar, hay que considerar los créditos, así como los seguros destinados a cubrir los riesgos empresariales e incluso políticos.

Para el caso del turismo en México son importantes **los instrumentos fiscales**, que tienen que ver, con los gravámenes. A partir de la ley de Coordinación Fiscal emitida por la SHCP, corresponde a los gobiernos de los estados aplicar el impuesto sobre servicios de hospedaje.

En algunos casos el gravamen es trasladado directamente en costos para el huésped y otro es absorbido por la empresa prestadora del servicio.

Por último, **los instrumentos comerciales** comprenden tanto las facilidades administrativas que se suelen dar a las empresas, cuanto una serie de servicios que el gobierno proporciona a dichas empresas (información, exposiciones) y las acciones gubernamentales directas en este terreno (prospección de mercado, propaganda, etc.).

En otra vertiente, por medio de recursos asignados a la Banca, también se asigna financiamiento de proyectos de inversión turística. El fondeo para el Desarrollo Comercial (FIDEC) del Banco de México, contribuye con fondo para la pequeña y mediana empresa del sector, al destinar en 1997 créditos por 222 millones de pesos, en tanto Nacional Financiera canalizó 321 millones de pesos.

Debido a que la problemática del sector turístico atañe a muchas dependencias públicas, en junio de 1997 fue instalado formalmente el gabinete turístico con la participación de 14 Secretarías de estado y 18

organismos, y que al velar por la instrumentación de una política global de fomento al turismo, se ha abocado a coordinar esfuerzos para fortalecer la competitividad del sector e inducir la desregulación. El propósito central es contribuir a la creación de empleos, la generación de divisas y el fomento del desarrollo regional.

En una cuarta vertiente y por disposición de artículo 29 de la Ley Federal del turismo se integra el comité técnico del fondo Nacional de Fomento al Turismo, entre cuyas funciones tiene a cargo la elaboración de proyectos que identifiquen sitios potenciales susceptibles de explotación turística.

Para fomentar la diversificación de la oferta de productos, presentando nuevas alternativas a los visitantes que representen oportunidades de incremento de su estadía y gasto, se trabajó conjuntamente con algunos gobiernos estatales en el desarrollo de programas regionales como:

- Ruta de Cortés (estado de México, Puebla, Tlaxcala y Veracruz).
- Tesoros coloniales del centro (Aguascalientes, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas).
- Huastecas de México (Hidalgo, San Luis Potosí, Tamaulipas y Veracruz).

Con la instrumentación de estos programa se persigue el desarrollo de una oferta diversificada, que se perfile como una alternativa de viaje diferente a la del sol y playa dirigida a segmentos de mercado específico que, debidamente estimulados, impulsen el desarrollo turístico de esas regiones; así como el de establecer la participación de los municipios y sus autoridades desempeñan en la consolidación turística de sus localidades, promoviendo acciones de mejoramiento de imagen urbana, seguridad y conservación del entorno.

En materia de financiamiento la industria turística mexicana también se ha apoyado con financiamiento de la unión europea; así mismo se ha establecido el sistema de fomento a la inversión turística SINFINTUR, como marco ordenador que establecerá de manera permanente las aciones y programas para fomentar la inversión turística, el cual incorporará a todos los actores e instancias particulares y oficiales relacionados con esta actividad, se opera en dos vertientes:

1. El fomento de proyectos.
2. El desarrollo del entorno, mismo que el gobierno mexicano promueve a través de cuatro subsistemas:

- Investigación y desarrollo.
- Simplificación y facilitación.
- Promoción y difusión
- Financiamiento y apoyos oficiales.

El Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), también participa como organismo gubernamental, en apoyo de adquirentes extranjeros en la compra de bienes raíces turísticos, en respaldo a propietarios y desarrolladores deberán de promoverse obras de infraestructura que brinden calidad y competitividad al producto turístico, fomentando aquéllas para los nuevos centros y regiones prioritarias.

En materia de carreteras, las gestiones encaminadas a fortalecer la infraestructura regional que incluya:

Construcción de caminos de acceso a playas, zonas arqueológicas y aéreas naturales protegidas.

En materia de aeropuertos, estos deben ampliarse y modernizar la infraestructura aeroportuaria del país lo cual tendrá como consecuencia el crecimiento de los flujos turísticos; en este aspecto **el gobierno federal ha iniciado un proceso *de concesionar terminales aéreas* en diferentes etapas:**

- Grupo Sureste conformado por los aeropuertos de Cancún, Mérida, Villahermosa, Cozumel, Oaxaca, Huatulco, Minatitlán, Tapachula y Veracruz.

- Grupo Pacífico, con Guadalajara, Puerto Vallarta, Tijuana, San José del Cabo, Bajio, Morelia, Hermosillo, La Paz, Aguascalientes, Los Mochis, Mexicali y Manzanillo.

- Grupo Centro Norte, con Monterrey, Acapulco, Mazatlán, Zihuatanejo, Zacatecas, Culiacán, Ciudad Juárez, Chihuahua, San Luis Potosí, Durango, Torreón, Tampico y Reynosa.

- Grupo Centro comprende el aeropuerto internacional de la ciudad de México y la nueva terminal cuya sede aún está por determinarse entre Tizayuca o Texcoco.

3.3 PROMOCIÓN TURÍSTICA

El objetivo general del programa de promoción y comercialización es captar un volumen de visitantes, nacionales e internacionales, que permitan obtener un grado de ocupación y rentabilidad de las instalaciones, tanto actuales como de nueva creación, previstas en el plan.

Entre sus objetivos específicos hay que destacar la coordinación de la política de promoción del sector público y privado y entre los distintos niveles de gobierno local, estatal y nacional, la realización de campañas específicas (por tipos de productos, zonas y países), el control y seguimiento de los gastos de inversión y la concientización turística de la población residente.

A partir de las metas, en relación con las cuotas de mercado a captar de cada uno de los diferentes tipos de visitantes, el programa ha de determinar el volumen de inversión total y su distribución por actividades:

- Públicidad (creación de material publicitario, definición de campañas, etc.)
- Relaciones públicas (viajes de familiarización y de periodistas, etc.)
- Promoción de ventas y campañas de concientización (interna y externa)

El financiamiento y gestión del programa depende de la naturaleza y grado de autonomía de la SECTUR y de la delimitación de funciones entre el sector público y privado.

La SECTUR realiza generalmente una promoción genérica e inicia la transacción comercial, mientras que el sector privado tiene como objetivo la realización de una promoción específica o de producto y cierra la transacción comercial con la venta.

Fundamentalmente, la SECTUR tiene una función coordinadora y crea el marco promocional en que las empresas turísticas realizan las ventas de sus propios productos.

La SECTUR puede estimar, también, los gastos en promoción alentando la agrupación del sector privado por zonas turísticas o asociaciones profesionales (hotelería, agencias de viajes, transportistas, etc.) y la constitución de fondos de promoción con participación tanto pública como privada.

El programa de promoción deberá de estimar los gastos de promoción turística, tanto públicos como privados, con el fin de garantizar la rentabilidad de

las inversiones turísticas actuales y previstas en el plan. Normalmente, la OMT recomienda que se destine a la promoción en torno a un 1% de los ingresos generados por el turismo nacional o internacional.

El programa integral de promoción turística de la SECTUR, parte de programas específicos de publicidad, relaciones públicas y mercadeo directo tiene el objetivo de *desarrollar la imagen de México como un destino múltiple, más ambiciosos que el concepto de playa con el que se percibe en algunos mercados internacionales más importantes.*

La promoción se dirige a los principales mercados emisores de turismo hacia nuestro país.

Las campañas de publicidad a nivel internacional se han realizado para mercados de Estados Unidos de América (anglohispano), Canadá, Latinoamérica y Europa.

Este programa integral de promoción turística se basa en la idea de que invertir en turismo **no representa un gasto sino una inversión con grandes rendimientos**, **con la finalidad de promover a México** se **diseñó una identidad corporativa, de manera que todo lo que ofrece en relación con el turismo en nuestro país refleje la misma perspectiva y persiga metas similares**.

Así la *marca México* es promovida como un destino múltiple, que ofrece una inmensa gama de posibilidades y servicios integrados con una mezcla de texto, fotografías, vídeo y audio se dan a conocer los destinos mexicanos a clientes, organizadores de diversos festejos, convenciones, agentes de viajes y todos los protagonistas de este mercado.

En esta dinámica cabe destacar la participación en ferias y actividades turísticas internacionales en Europa, Norte, Centro y Sudamérica. En cada acto, el pabellón de México cuenta con un centro de negocios para ventas, negociaciones y reuniones.

Se cuenta con páginas de SECTUR en internet que desde mayo de 1998 cuenta con cobertura mundial.

El sistema fax sobre pedido **fax de México**, es otro instrumento de promoción que esta disponible en los idiomas francés, alemán, español e ngles, mismo que espera incorporar datos en japonés, ruso e italiano.

El programa de mercadeo directo cuenta con una base de datos sobre posibles viajeros, incluye a 30,000 agentes de viajes de Estados Unidos y Canadá, cifra que será incrementada a 50,000 al incorporar países de Europa y América del Sur.

Dentro del programa de seminarios de capacitación para agentes de viajes, se programan seminarios y se realizan **viajes de familiarización** y se proporciona material en diferente idiomas.

Otro aspecto en la promoción, para financiar las campañas promocionales llevadas a cabo con fondos federales, estatales y privados; estos fondos de fomento turístico establecen la cooperación al impulsar la asociación y estimular oportunidades.

La televisión, anuncios impresos, revistas, prensas, boletines, ferias y tianguis turístico.

Las representaciones de turismo en el extranjero, realizan actividades como Trade shows, ferias, presentaciones, seminarios para agentes de viajes, viajes de familiarización, etc. que son las herramientas a través de las que efectúan las labores de promoción para la venta del producto México.

Con el propósito de promover e incrementar los intercambios en materia turística, se firmaron convenios de cooperación turística y se atendieron asuntos multilaterales y bilaterales.

En la asociación de estados del caribe, se creó el Comité de Turismo, en el cual México ocupa la presidencia, acordaron contribuir a consolidar la identidad caribeña y proteger los valores culturales de la región a través de una política de turismo sustentable[37]. Así como la necesidad de desarrollar y aplicar modelos de preservación conservando y aprovechando el medio ambiente en las áreas de uso turístico, dándole un valor agregado al producto turístico del caribe, basado en el uso racional dentro de una zona de multidestino, como complemento, se agregó el desarrollo de los servicios de transporte aéreo y marítimo.

Se participa también con la Asociación de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

[37] La sustentabilidad es una estrategia imprescindible para el desarrollo equilibrado, a mediano y largo plazo, de los destinos y regiones turísticas prioritarios, con ello se facilita el camino para la restauración y recuperación ecológica, el rescate y puesta en valor de numerosos atractivos y manifestaciones culturales que contribuyen de modo determinante a plasmar con un sello distintivo la identidad del producto turístico mexicano Programa de Desarrollo del Turismo 1995-2000 pp. 12-13

Entre otros mecanismos de apoyo desde 1996 la SHCP a cargo del manejo de recursos fiscales en el país, promueve la operación del impuesto por la prestación de servicios de hospedaje (APT). Este gravamen del carácter local, se aplica sobre la prestación de servicios de hospedaje, campamentos, paraderos de casas rodantes y tiempos compartidos. Y en mayo de 1997 se instaló un fideicomiso con fines exclusivos de promoción turística.

El APT tiene como propósito que cada entidad federativa cuenta con recursos suficientes para llevar acabo campañas de promoción nacional e internacional, a través de esquemas de financiamiento que den continuidad a los fondos mixtos, incrementando su presupuesto con recursos del APT.

Así, con la integración de los ingresos provenientes del impuesto sobre servicios de hospedaje, (APT) las contribuciones particulares y las federales, el fondo mixto para la promoción se ha consolidado en un instrumento legal y operativo para conjuntar esfuerzos encaminados a la activación de la industria turística, si bien las tasas del impuesto sobre servicios de hospedaje en los estados son distintas y variables, en función de la concertación lograda entre los actores y los gobiernos locales, en forma tal que en algunos casos el gravamen es trasladado directamente en costos al huésped y en otros es absorbido por la empresa prestadora del servicio.

CAPITULO

IV

POLÍTICA, ESTRATEGIA Y LIMITACIONES DEL FOMENTO AL TURISMO

turistas, dando a conocer atractivas oportunidades de viaje y diferentes alternativas al alcance de los diversos segmentos sociales.

El gobierno mexicano concibe al *turismo sustentable* como la más importante estrategia para aumentar la competitividad, que conjuga la capacidad para implementar actividades productivas rentables y de valor agregado, congruentes con la conciliación y mejoramiento de la calidad del medio ambiente natural y de las condiciones de vida de las comunidades locales protegidas con una legislación clara y efectiva, las áreas naturales y el patrimonio cultural, como lo es por ejemplo el programa Mundo Maya, el Corredor Ecoturístico Barrancas del Cobre- Mar de Cortés y el Programa Integral para la observación de la Ballena Gris, así como de la Mariposa Monarca.

A partir de los destinos principales, **consiste en desarrollar actividades en el espacio regional articulando circuitos y corredores, poniendo en valor parques nacionales y mencionando la infraestructura y los servicios.**

El corredor Tijuana- Ensenada, el de Mexicali- San Felipe Puertecitos y la reserva de la Biosfera del alto Golfo de California, además de los Caminos del Río, el Viejo Camino Real de Santa Fe y las Barrancas del Cobre, requieren integrarse para aumentar su capacidad competitiva.

La frontera norte es una de las áreas prioritarias del turismo en México. En ella, las estrategias deben orientarse hacia la facilitación para el ingreso de personas y vehículos, mejorando las condiciones y servicios en los cruces fronterizos.

Otra vertiente de la estrategia, consiste en fortalecer el **Programa Paisano** y el fomento de la venta de artesanías de calidad. La promoción se ha concentrado en los segmentos de mayor rentabilidad situados en los estados de California, Arizona y Texas, principalmente.

También se precisa aumentar la cobertura de vuelos regulares y de fletamento provenientes de los mercados emisores de más relevancia.

La imagen urbana de estos centros requiere fortalecer la identidad mexicana, a partir de sus áreas de convivencia. El desarrollo de actividades

sociales y culturales se traducen en valor agregado que impulsa la competitividad de los destinos.

Así mismo, es necesario ampliar los vuelos regulares y charter desde los principales mercados emisores.

Se requiere elaborar e instrumentar planes estratégicos de desarrollo, que contemplen la reordenación del espacio urbano para agregarse identidad mexicana.

Es necesario limpiar playas y equiparlas, mejorar la infraestructura, remodelar hoteles, restaurantes y servicios complementarios, mejorando la calidad del servicio.

Para tal efecto, el programa de desarrollo del sector turismo 1995-2000 establece el objetivo, la estrategia y las metas que se desean alcanzar.

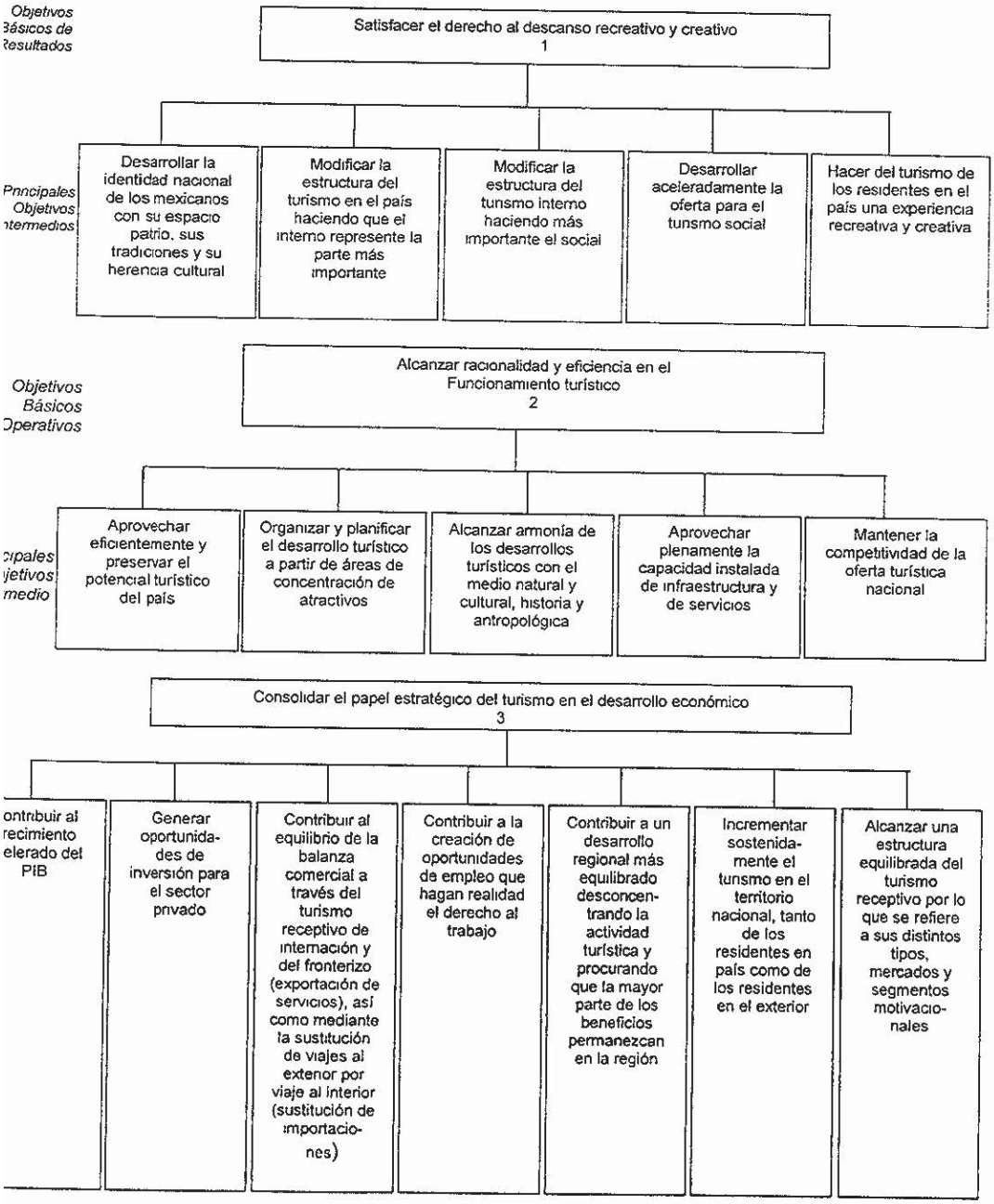
El objetivo como un fin deseado, es decir un aspecto en el que la actividad turística se desea mejorar (por ejemplo, aumentar la demanda turística internacional); **la meta es un objetivo cuantificado** (captar un volumen determinado de turistas extranjeros).

La estrategia es un concepto que hace referencia a los principios u opciones de desarrollo que inspiran un conjunto de objetivos a partir de programas específicos o de los principios fundamentales o estratégicos de planificación económica y social general.

En el programa de desarrollo del sector turismo 1995-2000 y la ley federal de turismo las estrategias y objetivos se sintetizan en:

1. Satisfacer el derecho al descanso recreativo y creativo.
2. Alcanzar racionalidad y eficiencia en el funcionamiento turístico
3. Consolidar el papel estratégico del turismo en el desarrollo económico
4. Lograr la autonomía tecnológica, financiera y comercial en el sector.

DIAGRAMA Nº 8
ESTRATEGIA Y OBJETIVOS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN MÉXICO



La intención de ampliar las opciones de demanda y que va del turismo ecológico, arqueológico, cultural, social, de montaña a otras alternativas.

La generación de condiciones para atraer inversiones es otra estrategia relevante, y entre las entidades federativas se registra una virtual competencia por otorgar incentivos, desregular y, sobre todo, informar a los empresarios sobre las disponibilidades de rentabilidad.

Los organismos empresariales, privados y las diversas autoridades estatales y municipales siguen participando en la ejecución del plan sectorial y sus opciones y demandas, son los elementos que intervienen como estrategia interinstitucional, que facilita, desregula y simplifica la normatividad en la materia, que dispone la instancia mixta de promoción a la cual concurren el gobierno y el sector privado, define una estrategia precisa para atraer a un mayor número de visitantes, con un mayor nivel de gasto durante todo el año y revalora la importancia de los recursos ecológicos y culturales, hasta hoy limitadamente aprovechados en el sector turístico, el programa contiene también estrategias para promover el mayor medio al mercado nacional de turismo.

En este sentido la nueva Ley Federal de Turismo estableció en SECTUR la actividad normativa y promotora transfiriendo a todas las entidades federativas del país las funciones, operación y control; se cancelaron las delegaciones estatales de turismo para fortalecer las Secretarias, Coordinaciones o Direcciones Estatales de turismo.

El convenio de coordinación entre SECTUR y los estados, derivado de la promulgación de la nueva Ley Federal de turismo prevé *la creación de los Consejos Consultivos Estatales de Turismo*, en los cuales participan las autoridades del estado, los municipios, la iniciativa privada y un representante de la Federación.

Estos Consejos tienen como objetivo la revisión de los programas estatales de turismo, la propuesta y/o, revisión de proyectos específicos de desarrollo turístico y la orientación general en la organización del proyecto turístico, la calidad de los servicios y las actividades de producción y comercialización, de sus productos a través de la concertación de los estados en las reuniones semestrales entre las autoridades turísticas federales y estatales y propiciando la reunión anual de municipios turísticos, dando seguimiento a los trabajos que se llevan acabo todos los años, en torno al premio nacional a la calidad turística municipal.

Con el fin de hacer coherentes los fines deseables y los recursos materiales y el elemento humano disponibles que establezcan un programa económico a mediano plazo con previsiones del número de visitantes de ingresos turísticos donde se recogen los principales programas y medios de política turística la SECTUR estructura 7 grupos de trabajo:

1. **El grupo de infraestructura y turismo**, integrado por la Secretaría de Desarrollo Social, la de Comunicaciones y Transportes, de la Contraloría y Desarrollo Administrativo, Comisión Nacional del Agua, Comisión Federal de Electricidad, Caminos y Puentes Federales de Ingresos, Puertos y Marina Mercante, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Fondo Nacional de Fomento al Turismo y el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos.

   Este grupo se encarga del criterio general de que la infraestructura turística, urbana y de transporte debe concurrir en cantidad y calidad suficiente para atender los crecientes requerimientos de la inversión en al oferta turística, de la población local y de los volúmenes de visitantes; como condición para fomentar el desarrollo, la calidad y la competitividad de la oferta y de la actividad turística en México, evitando desfases entre la infraestructura y las demandas en los centros y regiones indicados como prioritarios por la SECTUR.

2. **Grupo de Promoción de inversiones y financiamiento,** integrado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Publico, de Comercio y Fomento Industrial, de turismo, de Relaciones Exteriores, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, el Banco Mexicano de Comercio Exterior, Nacional Financiera y Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos.

   En este grupo se desarrollan las políticas de promoción de la inversión privada, nacional y extranjera, en el sector Turismo eficientando y dando una utilización más eficaz a los instrumentos existentes. Otro aspecto que se analiza es el de la seguridad jurídica en la tenencia y uso de la tierra y la disponibilidad de infraestructura, el financiamiento oportuno con ***tasas y plazos adecuados*** es el principal instrumento promotor de la inversión en la hotelería y servicios turísticos.

3. **Grupo de seguridad jurídica y Desarrollo Sustentable,** integrado por las Secretarías de Turismo, del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, Desarrollo Social, Reforma Agraria, y los organismos del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, El Instituto Nacional de Ecología y El instituto Nacional de Antropología e Historia.

Dicho grupo se encarga de definir **la seguridad jurídica referida a un panorama claro y preciso de la tenencia de la tierra; normas y reglas no discrecionales en materia de protección ambiental; y ordenamientos específicos para el uso y destino del suelo, la protección ecológica y cultural, como el desarrollo urbano y turístico, como base de la seguridad jurídica de un desarrollo económico y social rentable y sustentable.**

4. **Grupo de Transporte,** participan la Secretaría de Turismo, de Comunicaciones y Transportes y los organismos, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Puertos y Marina Mercante y Ferrocarriles Nacionales de México.

   Este grupo **conoce de la creciente interdependencia de los servicios de transporte aéreo, carretero, ferroviario y marítimo a las necesidades del desarrollo turístico, proporcionando a sus usuarios la más alta gama de alternativas, en un entorno de calidad creciente y de rentabilidad.**

5. **Grupo de facilitación,** integrado por las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Gobernación, de Salud, de Comunicaciones y Transportes, del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, de Educación Pública, de la Defensa Nacional, de Marina, de Relaciones Exteriores, de Comercio y Fomento Industrial y de Turismo.

   El grupo reconoce las líneas de acción que el Plan Nacional de Desarrollo establece como prioritarias: **la desregulación, la liberación y la cancelación de trámites innecesarios, como condición para lograr una auténtica facilitación para el desarrollo del sector turismo.**

   Para ello las unidades administrativas del Gobierno Federal deberán implantar **políticas de registro y control,** así como **de prevención de acciones ilegales en los campos de la soberanía y la seguridad nacional, la salud, los intereses fiscales, los recursos históricos y naturales, y la seguridad en el transporte;** hagan concurrir esas políticas en la **facilitación de la actividad turística, tomando en consideración sus necesidades, protegiendo y privilegiando la operación de las empresas y servicios turísticos, el libre tránsito legal de las corrientes turísticas incluyendo la fluida operación de sus actividades autorizadas.**

De manera prioritaria **se han definido como áreas a facilitar los campos del turismo náutico, el turismo cinegético, el turismo carretero y el turismo de negocios y convenciones.**

6. **Grupo de Investigación y Capacitación,** integrado por las Secretarías de Educación Pública, del Trabajo y Previsión Social, de Salud, de Turismo, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica y el Centro de Estudios Superiores de Turismo.

   Este grupo de trabajo, busca a través de la capacitación constante de los trabajadores del sector turismo y de los cuadros medios en este sector, la calidad de los servicios, productividad en las empresas y mejoramiento del nivel profesional y salarial de los trabajadores.

7. **Grupo de Estadísticas y Cuentas Nacionales,** se integra por las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Gobernación, El Banco de México, el Instituto Nacional de Estadística Geográfica e Informática y el fondo nacional del Fomento al Turismo.

   En este grupo se reconocen instrumentos indispensables de **la planificación, la evaluación, el seguimiento y la eficacia del programa sectorial de turismo; así mismo la estadística y la medición del impacto económico de esta actividad en la economía nacional, profundizando tanto en origen y destino de las corrientes turísticas nacionales y extranjeras, como en su motivación y preferencias.**

Por otro lado, **la importancia del sector turismo en la economía, es necesario evaluar el resultado de las acciones de gobierno en materia turística y de la acción global del sector privado en esta materia, lo cual exige una valoración más especifica dentro de las cuentas nacionales.**

De estas estrategias, se pueden identificar y definir programas prioritarios para un Plan de Desarrollo del Sector Turismo de acuerdo a su propia clasificación de programas y subprogama. Sin embargo, existe un determinado número que generalmente aparece con una u otra terminología, en toda planificación económica del turismo. Estos programas son generalmente los siguientes:

- Programa de Modernización y Ampliación de la Planta Turística.
- Programa de Ordenación y Desarrollo de playas.

- Programa de Promoción y Comercialización.
- Programa de Formación y Capacitación de Personal
- Programa de Turismo Social.
- Programa de Infraestructura
- Programa de Inversiones Públicas Directas en la Actividad Turística.
- Programa de Conservación y Protección de los Recursos Turísticos.

- **Programa de Modernización y Ampliación de la Planta Turística.**

Consta, generalmente, de dos subprogramas fundamentales:

El subprograma de modernización, cuyo objetivo consiste en resolver los problemas de la planta turística disponible y el subprograma de ampliación, cuyo objetivo es incrementar la planta turística en función de las previsiones realizadas.

El subprograma de modernización tiene como objetivo superar los estrangulamientos o problemas existentes en la planta turística e identificarlos en la fase de diagnóstico, especialmente los relacionados con la infraestructura física, pues el resto de los estrangulamientos (falta de capacitación de la mano de obra, insuficiente promoción y comercialización) son tratados en otros programas.

El subprograma de modernización ha de estimar, el número de establecimientos y volumen de inversiones para realizar las reformas necesarias y definir fórmulas de financiamiento.

Para efectos operativos es conveniente separar, dentro de las formulas de financiamiento, la problemática de la pequeña y mediana empresa que exige inversiones numerosas de pequeña cuantía y, simultáneamente, asistencia técnica para su realización, así como de la problemática de la gran empresa que tiene capacidad técnica suficiente y exige una inversión más importante por establecimiento.

La existencia de una política de modernización, para todo tipo de establecimientos, impide el acceso a las fuentes de financiamiento preferenciales a los pequeños y medianos, que constituyen, como se ha enseñado, la columna vertebral de la planta turística.

En este subprograma no se incluyen, generalmente, las ampliaciones de planta correspondientes a los proyectos turísticos de gran escala (playa y nieve, fundamentalmente, qué por su importancia y complejidad se recogen en un programa especifico. Así pues, se incluyen en este subprograma la

ampliación de la planta turística correspondiente a los recursos con estadía media y reducida artesanía, monumentos histórico artístico, etc.), que por naturaleza exigen una dotación de planta turística de menor tamaño.

- **Programa de Formación y Capacitación de Personal**

Los objetivos de este programa son mejorar la capacitación del personal ocupado y la formación de las personas a incorporar a mediano plazo, con base en el crecimiento previsto en la planta turística.

La evaluación de las necesidades de capacitación, según tipos de profesiones (en hotelería y turismo) y niveles (directivo, medio, oficios, especialidades y básico) de capacitación se fijan en base a los estudios realizados en la fase de diagnóstico.

El financiamiento de este subprograma tiene un marcado carácter público, si bien existe cierta contribución por parte del sector privado (capacitación en el propio lugar de trabajo) y asociaciones profesionales. En países como México puede contarse en ocasiones, con la asistencia técnica internacional de organismos como la OMT, etc.

Dado el carácter fundamentalmente público de los recursos, la gestión del subprograma de capacitación suele realizarse por algún organismo especializado, en el país, en formas de capacitación **acelerada** o a corto plazo.

Las mayores necesidades de formación previstas son, generalmente, en los niveles medio y bajo. Sin embargo, se da la paradoja en algunos países en desarrollo de un excedente de titulados superiores en turismo, por falta de una planificación adecuada.

Si bien la insuficiente dotación de recursos explica la existencia de centros de formación de la iniciativa privada. La gestión de la formación a nivel superior se realiza por las Universidades y Escuelas de Turismo.

- **Programa sobre Turismo Social**

La declaración de Manila considera el turismo como un derecho inalienable de la persona, cuyo ejercicio esta estrictamente ligado al reconocimiento de las vacaciones pagadas y a las conquistas sociales y laborales (la jornada de 8 horas que permite disfrutar diariamente de

tiempo libre, el descanso semanal y el derecho a la jubilación fundamentalmente).

El programa de turismo social tiene como objetivo incorporar a las vacaciones a los grupos económicamente más débiles, (obreros, jubilados, jóvenes, etc.) que encuentran dificultades de acceso a la planta turística de carácter comercial. No hay que olvidar que todavía un porcentaje importante de personas no toman vacaciones debido a razones de tipo económico.

Las inversiones por realizar en este programa dependen de la estrategia elegida: subvenciones indirectas a las familias (complemento de sueldo en época de vacaciones, oferta de paquetes turísticos con precios realmente bajos por parte de comités de empresas, (sindicatos o entidades locales, etc.), o bien la creación de una planta turística especifica por parte de instituciones publicas; de seguridad social, institutos de la juventud etc.

En este tipo de instalaciones, el problema es que la demanda generalmente supera a la capacidad u oferta de instalaciones existentes.

El financiamiento y gestión de este programa, presenta un mercado de carácter público, semipúblico (sindicatos, institutos de seguridad social, instituto de la juventud etc.), existiendo el peligro, especialmente en la segunda formula de una gestión poco eficaz y el riesgo de una separación de clases en las instalaciones turísticas.

El turismo social constituye un verdadero reto, la posibilidad de compaginar una gestión sin fines de lucro, con instalaciones dignas, precios reducidos y no elevado costo para el estado, en México la experiencia se presenta en centros vacacionales de Oaxtepec, Malinali, pertenecientes al Instituto Mexicano del Seguro Social y otros.

- **Programa de Infraestructura Turística e Inversiones Directas del Sector Público**

En cuanto a la infraestructura general, el desarrollo del turismo constituye un estímulo para su creación en las zonas o áreas deprimidas. Así, por ejemplo, la mejora de vialidades en los denominados **corredores turísticos** pueden ser potencialmente a través de la participación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en al elaboración del plan, en México el sector público se ha convertido en empresario turístico y dispone de una planta turística propia. Aunque **el estado no suele ser un empresario eficiente,** este tipo de actuaciones pueden estar justificadas

por razones de tipo social (recuperar el patrimonio histórico artístico, falta de iniciativa privada, etc.).

- **Programa de Conservación de los Recursos Naturales y Socioculturales.**

El turismo ha sido acusado, en muchas ocasiones con razón, de provocar una destrucción de los recursos naturales y socioculturales. Sin embargo, estos efectos negativos no pueden generalizarse, pues existen ejemplos también de los aspectos positivos del turismo en la recuperación del patrimonio natural y sociocultural. El problema no es la descalificación o defensa absoluta, a ultranza, del turismo **sino del modelo o estrategia elegido** de desarrollo turístico en cada caso concreto, pues existe la posibilidad de compatibilizar la conservación y el desarrollo, mediante la investigación de uso inteligente de los recursos naturales y socioculturales.

La causa del deterioro, en muchas ocasiones, no es su utilización turística sino la falta de medios naturales y humanos necesarios para su protección y conservación. De tal forma que un número reducido de visitantes descontrolados puede garantizar más efectos negativos en los recursos que en mayor número de visitantes controlados.

Es importante destacar que el objetivo fundamental de la gestión de los parques nacionales y otros tipos de reserva es la conservación y protección y que su utilización turística constituye un objetivo secundario o subordinado. Sin embargo, este tipo de recursos tiene un evidente atractivo para determinados estratos de demanda (convencional, turismo y científico escolar, etc.) cuya utilización, mediante una zonificación bien reglamentada, puede hacer del turismo un instrumento no sólo para su conservación y protección, sino incluso para realizar otras funciones que también tienen asignadas, tales como el esparcimiento, la enseñanza y la investigación científica.

- **Evaluación Económica de la Estrategia Económica**

Implica las siguientes tareas y actividades:

- Análisis macroeconómicos de las inversiones, que supere e integre la visión parcial a nivel de programa.

- Análisis de los efectos económicos y socioculturales de las inversiones y, en general, de la estrategia elegida en el plan.

- Formulación de medidas de implementación complementarias para que el plan sea operativo.

El análisis macroeconómico de las inversiones previstas implica una investigación de su estructura desde diferentes perspectivas globales, con el fin de realizar un análisis de coherencia y promover un consenso o compromiso entre agentes públicos y privados directamente vinculados con su ejecución.

a) Análisis de las inversiones según su naturaleza.

En el volumen total de inversiones destacan, por su importancia cuantitativa, las inversiones relacionadas con la planta turística (incluidas en los programas de ampliación y modernización y programa de playas). Así como aquellas inversiones previstas en el plan.

Destacan, en segundo lugar, las inversiones en infraestructura general, ligadas especialmente a los proyectos de gran escala y especialmente turística, que representan porcentajes significativos dentro de la inversión total.

Según F. Lawson y M. Baud – Bovy, las inversiones turísticas presentan generalmente, la siguiente estructura:

Tabla No. 36
Estructura Lawson-Baud

Estructura	%
Planta de alojamiento y alimentación	50 – 60
Equipamiento turístico	10 – 15
Infraestructura	15 – 20
Formación y Promoción	5 – 10
Protección de Recursos	5 – 10
Total	100

En los países desarrollados, los programas de conservación y protección de recursos y turismo social representan un porcentaje más elevado de las inversiones que en los países en desarrollo.

En México, la mayor parte de las inversiones previstas son competencias del sector privado y realiza las inversiones en planta turística y, al menos una parte de las inversiones en promoción y

comercialización turística. Sin embargo, al sector público en sus distintos niveles, nacional, estatal y municipal, (le corresponde la mayoría del resto de los programas: Infraestructura turística, formación y capacitación de recursos humanos, conservación y protección de recursos, turismo social y parte de la promoción y comercialización turística).

El turismo es un sector descentralizado, que tiene preferencia por localizarse en zonas comparativamente menos desarrolladas y puede convertirse en una actividad motriz (importante, de crecimiento rápido y con efectos de arrastre) de la economía regional, cuando se han previsto proyectos turísticos de gran escala. Los casos de Cancún y Zihuatanejo, son ejemplos de la concentración de inversiones públicas y privadas en zonas prioritarias en las que el turismo puede jugar un papel importante en el desarrollo regional.

4.2 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

En México el turismo ha jugado un importante papel, estratégico en el desarrollo económico, como aporte de divisas para superar el estrangulamiento tradicional que el sector exterior presenta en el crecimiento de la economía y financiar así el proceso del desarrollo industrial. Este aporte en divisas ha ido acompañado, sin embargo, de una dependencia exterior, especialmente de la comercialización y transporte aéreo, que implica una participación relativamente reducida en los ingresos totales generados por los productos turísticos.

A este respecto es de interés destacar que la estrategia del capital extranjero en el sector turístico es diferente a la seguida en el sector industrial, pues mientras las inversiones directas son relativamente reducidas los operadores turísticos extranjeros conservan un poder de negociación elevado en la fijación de los precios de los productos turísticos mexicanos.

El turismo juega un papel muy importante como actividad motriz y diversificadora de la economía y como generadora de empleo, si bien otras características (grado de calificación, nivel de remuneración y carácter estacional) del empleo turístico han de tenerse en cuenta para obtener una evaluación integral a este respecto.

El consumo y la inversión turística han constituido dos componentes significativos de la demanda efectiva de la economía

mexicana, generando importantes efectos directos y multiplicadores en la producción y empleo contradiciendo así las opiniones sobre la falta de estabilidad de la actividad turística, el consumo turístico **aunque ha reducido sus tasas de crecimiento sigue representando un componente significativo de la demanda efectiva nacional.**

El Turismo genera un positivo e importante saldo en sus relaciones con el exterior, especialmente en sus operaciones corrientes, a diferencia de las operaciones en cuenta corriente, el turismo genera además un saldo neto positivo en las operaciones de capital con el resto del mundo, debido fundamental a la compra de bienes inmuebles por extranjeros y, en menor medida a las inversiones directas en la actividad turística.

Si se tiene en cuenta que la administración turística estatal, en el turismo aporta un saldo neto positivo por cuenta corriente, debido a que los ingresos generados directamente por la actividad turística son superiores a los gastos corrientes (gastos de personal, subvenciones, etc.) sin embargo, es necesario realizar una investigación especifica sobre los gastos en operaciones corrientes y de capital por diferentes organismos del gobierno federal, estatal y municipal, especialmente en relación con la infraestructura y servicios básicos específicamente turísticos, no es posible determinar con objetividad el saldo neto del sector publico con respecto a la actividad turística.

El turismo ha contribuido a una más justa distribución espacial de los recursos económicos. Sin embargo su aportación no ha sido suficiente para corregir las fuertes tendencias a la concentración espacial de la economía mexicana, ya que las deficiencias estructurales existentes, en las regiones turísticas menos desarrolladas, han planteado dificultades a la integración del turismo en el desarrollo económico general. Por el contrario, en las regiones más desarrolladas la actividad turística ha conseguido una mayor ntegración dentro del desarrollo económico general.

Desde el punto de vista de espacio, el modelo de desarrollo turístico Mexicano se ha caracterizado por una fuerte concentración de la planta urística en el recurso playa (o litoral). En los últimos cinco años empieza a mpulsar a los recursos naturales y socio culturales del interior del país.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, el Programa de Desarrollo el Sector Turismo 1995-2000 parte del reconocimiento de que por su mpacto en el desarrollo regional. La generación de empleo y la capacitación e divisas, la actividad turística es la opción más rápida y viable de esarrollo en regiones especificas del país. El empleo turístico por su parte

cuesta menos e incorpora fuerza de trabajo joven y de ambos sexos y por las otras ventajas relativas extraordinarias por la vecindad con grandes mercados y por lo singular de los recursos.

La estrategia de coordinación entre los sectores se da por conducto del Gabinete Turístico, el Consejo Mexicano de Promoción Turística, la Comisión Ejecutiva de Turismo, los Consejos Consultivos Turísticos Estatales.

La integración de un mayor numero de visitantes de mayor nivel de gasto durante el año, establece la **sustentabilidad** y revalora la importancia de los recursos ecológicos y culturales; para definir los centros y regiones turísticas prioritarias, con características similares: frontera norte; centros integralmente planeados; centros tradicionales de playa grandes ciudades y ciudades interiores mismos que se seleccionan por políticas generales que se establecen de acuerdo a cuatro criterios básicos.

1. Contribución al logro de los objetivos sectoriales de empleo, divisas y desarrollo regional.

2. Orientación y destino hacia las regiones definidas como prioritarias.

3. Elevación de la competitividad, la calidad y rentabilidad de los productos turísticos.

4. Concertar y coordinar acciones sectoriales, tanto al interior del sector publico como los otros niveles de gobierno y con el sector privado.

La secretaria de turismo cuenta para desarrollar el sector turismo, con instrumentos como el Consejo Mexicano de Promoción Turística como mecanismo para promover, la oferta; así mismo concerta sus actividades, con los estados, los municipios y la iniciativa privada a través de los Consejos Consultivos Estatales.

Se establece el papel de FONATUR como instrumento de financiamiento del sector, en la que concurren muchas dependencias públicas y actores privados, por lo cual se han establecido la coordinación dentro de estos instrumentos de los cuales destaca el Gabinete Turístico como espacio de simplificación, desregulación y de concurrencias de políticas y programas turísticos.

También destaca la Comisión Ejecutiva Del Turismo en la que participa el sector privado y el social, junto al publico para facilitar la actividad turística.

4.3 LEGISLACION TURISTICA

Aunque la estrategia elegida genera efectos económicos y socioculturales importantes, los programas y proyectos, prioritarios diseñados en el Plan Nacional de Desarrollo, corren el riesgo de no ser ejecutados si no se lleva cabo un conjunto de medias complementarias.

Además de la organización para el seguimiento del plan, están los cambios en la legislación turística.

Los objetivos y programas prioritarios del plan, implican, generalmente. La definición de políticas y, en consecuencia, la necesidad de realizar cambios importantes en las normas legales (Ley de turismo, reglamento interior, estructuras orgánico funcional de la Sectur y reglamentos de servicios turísticos), lo que conlleva en algunos casos, a reformas o nuevas reglamentaciones de los servicios turísticos que coordinadamente con la política crediticia, pueden ser un instrumento importante para la modernización de la planta turística.

Al llegar estas políticas, la Sectur estimula la renovación de los establecimientos evitando bajar la categoría de los establecimientos, sustituyendo sus funciones tradicionales de inspección y control con funciones de asesoría y gestión y, simultáneamente, evitan la competencia desleal y protegen al turista a través de mecanismos como exhibición de precios.

Para ello existe un grupo de trabajo al que concurren la Secretaría de Turismo. La del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca; de Desarrollo Social, de la Reforma Agraria y los Organismos del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, el Instituto Nacional de Ecología y el Instituto Nacional de Antropología e historia.

La participación de SECTUR, SRE y SEDESOL, en la definición de os centros y regiones turísticas prioritarias, deberán elaborar manuales de procedimientos para la incorporación del uso de suelo al desarrollo urbano y con los lineamientos para determinar las solicitudes de incorporación del suelo a proyectos turísticos, para información de los municipios e nversionistas potenciales.

También, estas dependencias convienen en otorgar un carácter prioritario a los casos presentados por SECTUR para agilizar su trámite.

La SEMARNAP y la SECTUR en colaboración del INE y FONATUR, elaboran la declaratoria y planes de manejo, dentro del sistema de áreas naturales protegidas.

El INE acelerará el proceso de la dictaminación de estudios de impacto ambiental y simplificará el tramité de los mismos.

SECTUR, SEMARNAP, SEDESOL, INE y FONATUR, elaboran los planes maestros del Programa de Desarrollo Turístico de las Barrancas del –Cobre y Mundo Maya, así como los programas piloto para el aprovechamiento turístico responsable de los parques nacionales que alojan a la ballena gris en el estado de Baja California Sur; La Mariposa Monarca en Michoacán y el Popocatepetl e Ixtazihuatl en las inmediaciones del D.F.

SECTUR, SEMARNAP, INE, CONAGUA, FONATUR, CNCA, INAH E INI coordinan acciones inherentes a los proyectos de desarrollo en zonas de interés ecológico y cultural, promoviendo la participación de las comunidades y núcleos indígenas.

El INAH Y SECTUR, promueven el rescate de los centros históricos de las Ciudades Coloniales; y por lo tanto, la instrumentación de los talleres de Imagen Urbana a los que concurren las autoridades municipales y la iniciativa privada.

SECTUR y el INAH, continúan con el programa de rescate y acceso a las zonas arqueológicas prioritarias del país, desde las ruinas de Paquimé hasta los centros ceremoniales del Mundo Maya.

El INAH adecua horarios de funcionamiento para las visitas a las zonas arqueológicas en función de las necesidades del turismo.

El programa de Desarrollo del Sector Turismo establece como objetivo **la seguridad de la tenencia de la tierra así como la inversión, son factores decisivos para el estimulo y la creación de empleos, la generación de divisas y el desarrollo regional,** para ello se crean normas precisas para el uso del suelo en los destinos turísticos; para garantizar el uso racional de los recursos naturales en la explotación turística, evitando su degradación y promoviendo inversiones para su cuidado y regeneración.

La Comisión Ejecutiva de Turismo, concerta convenios que responden a los objetivos de simplificación, desregulación y facilitación bajo las siguientes líneas de acción siguientes:

- Revisión de esquemas normativos que impactan la actividad turística.
- Participación en reuniones binacionales, trilaterales.

Como parte de los acuerdos concertados se tienen los siguientes:

✓ Instalación de la subcomisión de cultura y el grupo de trabajo de fomento a la sanidad e higiene.

✓ Pago único por día por la internación de equipo de videograbación no comercial a zonas arqueológicas

✓ Autorización para la internación de instrumentos de prensa especializada y cinematografía, sin los servicios de agente aduanal ni pedimento alguno

✓ Definición de criterios para la aplicación de la disposición que autoriza el cobro por el aprovechamiento de los recursos marinos.

✓ Expedición gratuita de la carta consular.

✓ Eliminación del requisito de permiso previo de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), para la internación de equipo de cómputo usado destinado a congresos y convenciones.

✓ Campaña de difusión sobre la salvaguarda de la vida humana en el mar.

✓ Regla que autoriza a los **Charters** turísticos a garantizar los créditos fiscales mediante tarjeta de crédito.

✓ Expedición de los permisos extraordinarios de importación temporal de armas con fines cinegéticos hasta por 180 días.

✓ Autorización de doble entrada para los turistas que ingresan al país con destino a la región del Mundo Maya

- ✓ Publicación en el Diario Oficial de la Federación (D.O.F.) de los formatos e instructivos en inglés para la importación temporal para casas rodantes y embarcaciones.

- ✓ Reglas de operación a fin de instrumentar el procedimiento a que deberán de sujetarse los transportistas internacionales de turismo de México y Guatemala, derivado del acuerdo de entendimiento entre ambos países.

- ✓ Elaboración de un vídeo informativo dirigido a los turistas, tanto nacionales como extranjeros procedentes de vuelos internacionales, sobre trámites y requisitos que deberán cumplir para internar determinados productos a nuestro país.

EL MARCO JURIDICO PARA EL TURISMO ES EL SIGUIENTE:

- ➢ Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. DOF 5-II-1917 y sus reformas.

Leyes

- ➢ Código de Comercio. DOF 13-X-1889 y sus reformas.

- ➢ Código Civil para el Distrito Federal en materia común y para toda la República en materia federal. DOF 26-III-1928 y sus reformas.

- ➢ Ley Monetaria. DOF 27-VII-1931 y sus reformas.

- ➢ Código Federal de Procedimientos Civiles. DOF 24-II-1942 y sus reformas.

- ➢ Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica. DOF 30-XII-1950 y sus reformas.

- ➢ Ley Federal de Caza. DOF 5-I-1952 y sus reformas.

- ➢ Ley Federal de Derechos de Autor. DOF 31-XII-1956 y sus reformas.

- ➢ Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado. DOF 28-XII-1963 y sus reformas.

- Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos. DOF 2-I-1972 y sus reformas.
- Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas. DOF 6-V-1972 y sus reformas.
- Ley General de Población. DOF 7-I-1974 y sus reformas.
- Ley de Premios, Estímulos y Recompensas. DOF 31-XII-1975.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. DOF 29-XII-1976 y sus reformas.
- Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal. DOF 31-XII-1976 y sus reformas.
- Ley de Información, Estadística y Geográfica. DOF 30-XII-1980.
- Ley Federal de Derechos. DOF 31-XII-1981 y sus reformas.
- Código Fiscal de la Federación. DOF 31-XII-1981 y sus reformas.
- Ley General de Bienes Nacionales. DOF 8-I-1982 y sus reformas.
- Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos. DOF 31-XII-1982 y sus reformas.
- Ley de Planeación. DOF 5-I-1983.
- Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado. DOF 27-XII-1983.
- Ley Federal de las Entidades Paraestatales. DOF 14-V-1986 y sus reformas.
- Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente. DOF 28-I-1988.
- Ley del Impuesto General de Importación. DOF 12-II-1988 y sus reformas.
- Ley de la Propiedad Industrial. DOF 27-VI-1991 y sus reformas.

- Ley sobre la Celebración de Tratados. DOF 2-I-1992.
- Ley de Pesca. *DOF* 25-VI-1992
- Ley Federal sobre Metrología y Normalización. *DOF* 1-VII-1992.
- Ley Federal de Protección al Consumidor. *DOF* 24-XII-1992 y sus reformas.
- Ley Federal de Competencia Económica. *DOF* 24-XII-1992.
- Ley Federal de Turismo. *DOF* 31-XII-92.
- Ley de Puertos. *DOF* 19-VII-1993.
- Ley General de Asentamientos Humanos. *DOF* 21-VII-1993.
- Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal. *DOF* 22-XII-1993.
- Ley de Inversión Extranjera. *DOF* 27-XII-1993.
- Ley de Adquisiciones y Obras Públicas. *DOF* 30-XII-1993 y sus reformas.
- Ley del Servicio Exterior Mexicano. *DOF* 4-I-1994.
- Ley de Navegación *DOF* 4-I-1994.
- Ley Federal de procedimientos Administrativos. *DOF* 14-VIII-1994.
- Ley de Aviación Civil. *DOF* 15-XII-1995.
- Ley Aduanera. *DOF* 22-XII-1995.
- Ley de Aeropuertos. *DOF* 22-XII-1995
- Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio fiscal correspondiente.

Convenios Internacionales.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Brasil y el Gobierno de México. *DOF* 3-VII-1975.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Honduras y el Gobierno de México. *DOF* 27-XII-1991.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Jamaica y el Gobierno de México. *DOF* 4-III-1992.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Nicaragua y el Gobierno de México. *DOF* 4-III-1992.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Egipto y el Gobierno de México. *DOF* 18-VI-1992.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de El Salvador y el Gobierno de México. *DOF* 28-I-1993.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Hungría y el Gobierno de México. *DOF* 18-III-1994.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y la República Helénica. *DOF* 29-VII-1994.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Chile y el Gobierno de México. *DOF* 16-III-1995.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Argentina y el Gobierno de México. *DOF* 16-III-1995.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Ecuador y el Gobierno de México. *DOF* 16-III-1995.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Uruguay y el Gobierno de México. *DOF* 16-III-1995.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Rumania y el Gobierno de México. *DOF* 7-IV-1995.

- Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de España y el Gobierno de México. *DOF* 3-V-1996.

Reglamentos.

- Reglamentos de la Ley Federal Sobre Monumentos y Zonas Arqueológicos, Artísticos e Históricos. *DOF* 8-XII-1975.
- Reglamento de la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público Federal. *DOF* 18-XI-1981 y sus reformas.
- Reglamento de la Ley de Información, Estadística y Geográfica. *DOF* 3-XI-1982.
- Reglamento del Código Fiscal de la Federación. *DOF* 29-II-1984 y sus reformas.
- Reglamento de la Ley de Obras Públicas. DOF 13-II-1985
- Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico en materia de prevención y control de la Contaminación Atmosférica. *DOF* 25-XI-1988.
- Reglamento para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera. *DOF* 16-V-1989.
- Reglamento de la Ley de Las Entidades Paraestatales. *DOF* 26-I-1990.
- Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y prestación de Servicios
- Relacionados con Bienes Muebles. *DOF* 13-II-1990.
- Reglamento para el uso y aprovechamiento del mar territorial, vías navegables, playas, Zona Federal Marítimo Terrestre y terrenos ganados al mar. *DOF* 21-VIII-1991.
- Reglamento para el aprovechamiento del derecho de vía de las carreteras federales y zonas aledañas. *DOF* 5-II-1992.
- Reglamento de la Ley de Población. *DOF* 31-VIII-1992.
- Reglamento de la Ley Federal de Turismo. *DOF* 2-V-1994.
- Reglamento de la Ley del Servicio Exterior Mexicano. *DOF* 11-X-1994.

- Reglamento de Autotransporte Federal y Servicios Auxiliares. *DOF* 22-XI-1994.
- Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial. *DOF* 23-XI-1994.
- Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo. *DOF* 31-V-1996.
- Reglamento de la Ley Aduanera. *DOF* 6-VI-1996.

Decretos.

- Decreto que establece las bases para el Programa de Descentralización de las Funciones que realiza la Secretaría de Turismo. *DOF* 15-IV-1992.
- Decreto por el que se aprueba el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. *DOF* 31-V-1995.
- Decreto por el que se aprueba el Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Filipinas y el Gobierno de México. *DOF* 8-VI-1995.
- Decreto por el que se aprueba el Convenio de Cooperación Turística entre el Gobierno de Chipre y el Gobierno de México. *DOF* 18-VII-1995.
- Decreto por el que se aprueba el Programa Sectorial denominado Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000. *DOF* 27-VI-1996.
- Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000. *DOF* 27-VI-1996.
- Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal correspondiente.

Acuerdos Presidenciales.

- Acuerdo por el que se autoriza la edición de la gaceta gubernamental denominada *Gaceta del sector Turismo*. *DOF* 29-I-1991.
- Acuerdo por el que se crea el Centro de Estudios Superiores de Turismo, como órgano desconcentrado de la Secretaría de Turismo. *DOF* 16 VII-1985.

- Acuerdo por el que se reforman los artículos 2° y 5° del diverso que creó el Centro de Estudios Superiores de Turismo. *DOF* 14-XI-1994.

Acuerdos Secretariales

- Acuerdo por el que se crea la Comisión de Descentralización de la Secretaría de Turismo. *DOF* 25-V-1992.

- Acuerdo de promulgación del Convenio Constitutivo de la Organización Mundo Maya y de la enmienda a dicho convenio. *DOF* 25-X-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Aguascalientes. *DOF* 11-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la del Estado Libre y Soberano de Baja California Sur. *DOF* 11-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado libre y Soberano de Baja California. *DOF* 12-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Campeche. *DOF* 12-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Colima. *DOF* 15-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de

Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Durango. *DOF* 15-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de México. *DOF* 15-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Guerrero. *DOF* 17-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Michoacán. *DOF* 18-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Morelos. *DOF* 18-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Jalisco. *DOF* 19-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Oaxaca. *DOF* 19-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de

Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Querétaro. *DOF* 19-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Puebla. *DOF* 22-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Sinaloa. *DOF* 22-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Zacatecas. *DOF* 30-XI-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Sonora. *DOF* 1-XII-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Tabasco. *DOF* 1-XII-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Tamaulipas. *DOF* 2-XII-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de

Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Yucatán. *DOF* 2-XII-1993.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Hidalgo. *DOF* 4-II-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Nuevo León. *DOF* 4-II-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala. *DOF* 4-II-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Chiapas. *DOF* 7-II-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Coahuila. *DOF* 7-II-1994

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Chihuahua. *DOF* 7-III-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de

Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Guanajuato. *DOF* 16-III-1994

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Nayarit. *DOF* 25-III-1994

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Veracruz *DOF* 2-VI-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo. *DOF* 14-III-1994.

- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación, y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí. *DOF* 24-III-1994

- Acuerdo por el que se crean las Comisiones Consultivas de Establecimientos de Hospedaje, Campamentos, Paradores de Casas Rodantes y Alimentos y Agencias de Viajes; de Guías de Turistas, y de Empresas de Sistema de Intercambio de Servicios Turísticos y prestadores de Servicios Relacionados con el Turismo. *DOF* I-VII-1994.

- Acuerdo mediante el cual se crea el Comité Técnico para el Análisis, Evaluación y Control de los Programas Conjuntos de Promoción, Publicidad y Fomento que lleva a cabo la Secretaría de Turismo con organismos de los sectores social y privado, nacionales y extranjeros, y con los Gobiernos estatales y municipales *DOF* 11-VIII-1994.

- Acuerdo por el que se establece con carácter de permanente el Programa para la implementación, operación y desarrollo del Sistema Nacional de Información Turística (S.N.I.T.). *DOF* 18-VIII-1994

- Acuerdo de Coordinación para el ordenamiento Ecológico de la Región Denominada Corredor Cancún-Tulum. *DOF* 26-X-1994.

- Acuerdo por el que se decreta la publicación del Reglamento Interior de la Comisión Ejecutiva de turismo. *DOF* 12-XII-1994.

- Acuerdo por el que se formaliza la creación, integración y objeto de las Subcomisiones de la Comisión Ejecutiva de Turismo. *DOF* 12-XII-1994.

- Acuerdo por el que se crea el Consejo Mexicano para la Promoción Turística. *DOF* 31-I-1996.

- Acuerdo de Coordinación para el Ordenamiento Ecológico de la Región denominada Sistema Lagunar Nichupte, Cancún, Quintana Roo. *DOF* 5-VI-1996.

- Acuerdo por el que se adscriben orgánicamente las unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo. *DOF* 1-VII-96.

- Acuerdo de Coordinación por el que se modifica y adiciona el similar de fecha 2 de diciembre de 1992, que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de Contraloría y Desarrollo Administrativo, de Turismo y el Ejecutivo del Estado libre y Soberano de Querétaro, en el marco del Programa de Descentralización de funciones de la Secretaría de Turismo. *DOF* 1-VII-1996.

- Acuerdo de Coordinación por el que se modifica y adiciona el similar de fecha 11 de febrero de 1993, que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de Contraloría y Desarrollo Administrativo, de turismo y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Jalisco, en el marco del Programa de Descentralización de Funciones de la Secretaría de turismo. *DOF* 1-VII-1996.

- Acuerdo por el que se determina el número, ubicación, circunscripción territorial y funciones de las representaciones de turismo en el extranjero. *DOF* 22-VII-1996.

- Acuerdo de Coordinación por el que se modifica y adiciona el similar de fecha 26 de enero de 1993, que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de Contraloría y Desarrollo Administrativo, de Turismo

y el Ejecutivo del Estado libre y Soberano de Campeche, en el marco del Programa de Descentralización de Funciones de la Secretaría de Turismo. *DOF* 2-VIII-1996.

- Acuerdo de Coordinación por el que se modifica y adiciona el similar de fecha 26 de enero de 1993, que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de Contraloría y Desarrollo Administrativo, de turismo y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Colima, en el marco del Programa de Descentralización de Funciones de la Secretaría de Turismo. *DOF* 2-VIII-1996.

- Acuerdo de Coordinación por el que se modifica y adiciona el similar de fecha 26 de febrero de 1993, que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de Contraloría y Desarrollo Administrativo, de turismo y el Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de Zacatecas, en el marco del programa de Descentralización de Funciones de la Secretaría de Turismo. *DOF* 2-VIII-1996.

- Acuerdo por el que se crea el Comité Técnico de Programas Conjuntos. *DOF* 6-IX-1996.

Declaratorias.

- Declaratorias de Zona de Desarrollo Turístico Nacional relativa al Desarrollo Turístico Santa Águeda, ubicado en el Municipio nativitas, Distrito de Zacatelco, Tlax. *DOF* 2-VII-1980.

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Nacional relativa al Desarrollo Turístico el Tamarindo, ubicado en los Predios el Tamarindo, Majahua y Dorada, Pertenecientes al Municipio de La Huerta, Jalisco, *DOF* 2-VII-1980.

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Nacional relativa al Desarrollo Turístico el Faro, ubicado en el Municipio de La Huerta, Jalisco. *DOF* 2-VII-1980.

- Declaratoria por la que se establecen las Regiones de Desarrollo Turístico Prioritario. *DOF* 16-XI-1981.

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario del Corredor Turístico Ecológico, denominado costa Alegre en el Estado de Jalisco. *DOF* 5-XII-1990

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario del Área Colindante a la Presa de la Amistad, Municipio de Acuña, Coah. *DOF* 19-VI-1990.

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario de la Zona de Monumentos Históricos de la Ciudad de Puebla de Zaragoza. *DOF* 28-II-1994.

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario de la Ciudad de Oaxaca de Juárez y los Valles Centrales. *DOF* 6-IX-1994.

- Declaratoria de Zona de Desarrollo Turístico Prioritario del Área Denominada Playa Miramar, ubicada en el Municipio de Ciudad madero, Tamps. *DOF* 19-IX-1996.

Normas Oficiales Mexicanas (NOM)

- Las normas oficiales mexicanas establecen las características y/o especificaciones que deben reunir los servicios cuando se trate de la prestación de aquéllos que puedan constituir un riesgo para la seguridad de las personas, dañar el medio ambiente general y laboral o cuando se presenten de forma generalizada para el consumidor:

- Norma Oficial Mexicana NOM-05-TUR-1995, Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio. *DOF* 13-VI-1995.

- Norma Oficial Mexicana NOM-01-TUR-1995, de los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje. *DOF* 28-VI-1995.

- Norma Oficial Mexicana NOM-01-02 TUR-1995,de los formatos foliados y de porte pagado para la presentación ddde sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a agencias de viajes . *DOF* 26-VII-1995.

- Norma Oficial Mexicana NOM-03-TUR-1995, de los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de

servicios turísticos relativos a establecimientos de alimentos y bebidas. *DOF* 28-VII-1995.

- Norma Oficial Mexicana NOM-04-TUR-1995, de los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a empresas de Sistemas de Intercambio de Servicios Turísticos. *DOF* 10-VIII-1995.

- Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-1995, Requisitos mínimos de seguridad e higiene que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos y paradores de casas rodantes. *DOF* 21-VIII-1995.

- Norma Oficial Mexicana NOM-07-TUR-1996, de los elementos normativos del seguro de responsabilidad civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad de los turistas o usurarios. *DOF* 8-VIII-1996.

- Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-08-TUR-1996, que establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales. *DOF* 4-VII-1996.

- Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-09-TUR-1996, que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas. *DOF* 6-IX-1996, que tiene como eje principal la relación turista comunidad-medio ambiente.

En este aspecto la SECTUR, orienta a la formación (capacitación y actualización) de guías especializados y a la acreditación de guías especializados reconocidos por la dependencia.

En lo que se refiere a los Comités Consultivos de Normalización de otras dependencias, que tienen relación con el sector Turismo, destacan las siguientes normas:

- NOM-029-SCT4-1996, sobre el equipo mínimo obligatorio de seguridad, comunicación y navegación para embarcaciones hasta de 35 metros de eslora; pesqueras, turísticas, de pasaje, de recreo; que realice navegación interior o de cabotaje, y las de cara fluvial en aguas de jurisdicción mexicana.

- Modificaciones de la NOM-029-SCFI-1993, elementos normativos del servicio de tiempo compartido.

- Norma Oficial Mexicana NOM-014-SCT-1994, requisitos para estaciones que prestan servicios de balsas salvavidas autoinflables.

- NOM-002-PESC-1993, para ordenar el aprovechamiento delas especies de camarón en aguas de jurisdicción federal de los Estados unidos Mexicanos.

Adicionalmente, se realizan seminarios de difusión del marco normativo del sector en distintos destinos turísticos, tendientes a crear una cultura de la normalización turística y se distribuyeron folletos que contienen información de las normas oficiales mexicanas de los guías generales y guías especializados.

Las normas mexicanas (NMX), son regulaciones de carácter voluntario, promovidas por el sector privado mediante el Organismo Nacional de Normalización y Certificación (IMNC), a través de su Comité Técnico Nacional de Normalización Turística (COTENNOTUR), constituyendo una referencia para determinar la calidad de los productos y servicios, para la protección y orientación de los consumidores.

Estas normas consideran la evaluación de los servicios prestados por el sector; por ello es que, aun siendo de carácter voluntario, son un indicador importante del nivel de calidad de servicios.

De estas normas se han publicado en el Diario Oficial de la Federación las siguientes:

- NMX-001-1996, requisitos mínimos para las instituciones educativas que ofrecen estudios relacionados con el turismo.

- NMX-TT-005-1996, requisitos mínimos de calidad en el servicio que deben cumplir los hoteles, moteles, servicio compartido y similares, para obtener el **certificado de calidad turística comercial-una estrella** o el **certificado de calidad turística comercial-dos estrellas**

- NMX-TT-006-1996, requisitos mínimos de calidad en el servicio que deben cumplir los hoteles, moteles, servicio compartido y similares para obtener el **certificado de calidad turística de primera clase-tres estrellas** o el **certificado de calidad turística de primera clase-cuatro estrellas.**

- NMX-TT-007-1996, requisitos mínimos de calidad en el servicio que deben cumplir los hoteles, moteles, servicio compartido y similares para obtener el **certificado de calidad turística de lujo-cinco estrellas** o el **certificado de calidad turística de lujo gran turismo**. Que a continuación de detallan:

Características de los servicios según categorías de la Guía Oficial de Hospedaje de México 1994-1995.

★ "UNA ESTRELLA"

Establecimiento que provee al huésped de alojamiento únicamente, sus servicios se limitan a: cambio de blancos y limpieza de la habitación diariamente baño privado en cada habitación con regadera, lavabo y sanitario, sus muebles son sencillos, su personal de servicio se limita a la limpieza de cuartos.

★★ "DOS ESTRELLAS"

Establecimiento que provee al huésped de alojamiento, cuenta con cafetería a horas determinadas, limpieza en la habitación, cambio de blancos y toallas diario, sus muebles son sencillos, su personal de servicio y atención de limpieza en cuartos y recepción del huésped.

★★★ "TRES ESTRELLAS"

Establecimiento que provee al huésped de alojamiento, cuenta con servicio de restaurante-cafetería, generalmente de 7 A.M. a 11 P.M., sus muebles y decoración son de tipo comercial, su personal de servicio y atención al público es el necesario en algunos casos bilingües estos últimos.

★★★★ "CUATRO ESTRELLAS"

Establecimiento que provee alimentación en restaurante - cafetería, cuenta con bar, servicio de alimentos a las habitaciones mínimo de 16 horas, facilidades de banquetes, personal directivo y supervisor bilingüe

(Ingles –Español), personal de servicio uniformado, cambio diariamente de blancos y suministros de baño, su mobiliario y decoración es de calidad comercial.

★★★★★ "CINCO ESTRELLAS"

Establecimiento que provee de alimentación en uno o varios Restaurantes o Cafeterías, cuenta con Bar con música y entretenimiento, servicio de alimentos a las habitaciones durante 16 horas, locales comerciales, áreas recreativas, salón de banquetes y convenciones, Personal Directivo, de supervisión y operativo bilingüe (Inglés - Español), personal de servicio y atención al huésped las 24 horas del día, perfectamente uniformado, su amueblado, acabados e instalaciones son de calidad selecta.

G:T: "GRAN TURISMO"

Establecimiento que provee de alimentación en uno o varios restaurantes de especialidades, cuenta con uno o varios bares con música y entretenimiento, centro nocturno o similar, uno o varios salones de banquetes y convenciones, servicio de alimentos a la habitación las 24 hrs., áreas recreativas o centro ejecutivo dependiendo de su ubicación, varios tipos de locales comerciales, personal directivo, de supervisión y operativo bilingüe (Inglés - Español), personal de servicio y atención al huésped las 24 hrs., perfectamente uniformado, su amueblado equipamiento, decorado, instalaciones y suministros son de diseño exclusivo y de calidad selecta.

C:E: "CLASE ESPECIAL"

Establecimientos que por su ubicación, arquitectura, tipo y número de servicios o valor histórico no pueden ser contemplados en las categorías anteriores, sin embargo por sus características especiales, representan un atractivo para el turista.

Es así que se pueden encontrar establecimientos de Clase Especial que por su belleza arquitectónica o por su valor histórico se encuentran protegidos e inventariados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, considerados Monumentos Coloniales, o en su caso, establecimientos que en su conjunto ofrecen un mayor número de servicios que los contemplados en la categoría de Gran Turismo.

S.C. "SIN CLASIFICAR"

Establecimientos que no pudieron ser clasificados en su momento por la Secretaría, por lo tanto se desconoce la calidad y número de servicios que se ofrecen. En este caso de recomienda solicitar información directamente al establecimiento, tomando como referencia la categoría con la cual se promociona y la tabla de servicios ofrecidos por categoría de la página 16.

VILLAS Y CABAÑAS

Establecimientos conformados por varias unidades de hospedaje aisladas pero dentro de una misma área. Cada unidad de hospedaje cuenta con una o más habitaciones, baño, estancia, comedor y cocineta con utensilios cocina, se ofrece el servicio de cambio de blancos y limpieza de la unidad se ubican generalmente en zonas de temperaturas bajas.

APARTAMENTOS

Inmuebles que ofertan en renta unidades de hospedaje conformadas regularmente por recamara, cocineta, estancia, comedor y baño, estas pueden estar amuebladas o no. Sin contar con servicios tipo hotel.

CASA DE HUÉSPEDES

Establecimientos que ofrecen la renta de cuartos, ya sea de forma individual o compartido, baño de uso general comúnmente, no proporcionan suministros de baños el cambio de blancos generalmente es semanal, el servicio de alimentos es mediante horarios establecidos y con menú de tipo casero. Se agrupan dentro de estas características a aquellos establecimientos denominados: Posadas Familiares, Posada, Hostería, Hospedaje y Alojamiento.

BUNGALOWS

Establecimientos conformados por varias unidades de hospedaje aisladas pero dentro de una misma área. Cada unidad de hospedaje cuenta con una o más habitaciones, baño, estancia, comedor y cocineta con utensilios de cocina, se ofrece el servicio de cambios de blancos y limpieza de la unidad. Se ubican generalmente en zonas de temperaturas cálidas.

CUARTOS AMUEBLADOS

Establecimiento que ofrecen en renta habitaciones amuebladas, sin contar con servicios de hotel.

CAMPAMENTOS

Establecimientos que ofrecen la renta de espacios delimitados para la instalación de casas de campaña y renta de las mismas. Se ofrece el servicio de electricidad, agua potable, sanitarios comunes, áreas de fogata, recreativas y deportivas, asadores. Comedores rústicos, en algunos casos con local de venta de víveres.

SUITES

Establecimientos que ofrecen la renta de unidades de hospedaje, conformadas por una o más habitaciones, baño, estancia con o sin comedor y cocineta. Ofrecen generalmente los servicios otorgados en un hotel como: servicios de camaristas, alimentos y bebidas, recepción, etc.

CASAS

Casa habitación ubicadas en zonas turísticas, las cuales se ofrecen en renta por días, semanas o meses y que normalmente no ofrecen servicios tipo hotel.

TRAILER PARK

Establecimientos que ofrecen la renta de espacios delimitados para el estacionamiento de casas rodantes. Se ofrece el servicios de electricidad, agua potable, baños comunes, asadores, comedores rústicos y recepción, en algunos casos cuenta con local de venta de víveres y áreas recreativas y/o deportivas.

TIEMPO COMPARTIDO

Establecimiento que a través de un contrato le concede a una persona el uso de cierta unidad de hospedaje, durante un periodo especifico, a intervalos previamente establecidos. La unidad de hospedaje generalmente esta conformada por una o más habitaciones, baño, estancia con o sin comedor y cocineta. Ofrecen generalmente los servicios otorgados en un hotel como: servicios de camaristas, alimentos y bebidas, recepción, áreas recreativas y /o deportivas, etc.

- NMX-TT-008-1996, requisitos mínimos para certificar los tirajes, cobertura o producción de los medios de comunicación turística.

- Acuerdo por el cual se crean, integran y determinan objetivos de las subcomisiones y grupos de trabajo de la comisión ejecutiva de turismo. DOF 18/II/1996.

- Decreto por el que se abroga el diverso por el que se creó el Consejo Nacional de Turismo D.O.F. 23/03/1984.

- Acuerdo por el que se crea el Comité de Informática de la Secretaría de Turismo D.O.F. 19/11/1996.

4.4 FINANCIAMIENTO TURÍSTICO

La estrategia de financiamiento de las inversiones previstas, consistente en la definición y cuantificación de las fuentes de financiamiento (propias y ajenas), se distingue entre el financiamiento de inversiones públicas (principalmente de infraestructura) y el financiamiento de inversiones privadas (principalmente en planta turística).

En cuanto al financiamiento de las inversiones en infraestructura hay que distinguir entre fuentes de financiamiento interna (con recursos generados en el país) de las externas (o recursos generados en el exterior).

Las fuentes de financiamiento internas suelen ser diferentes según la naturaleza y autonomía de la SECTUR en este caso son los presupuestos de la administración federal, estatal o municipal los que financian una parte de las inversiones en infraestructura específicamente turística, ya que la infraestructura general corre a cargo del presupuesto de otras secretarias (Secretaría de Comunicaciones y Transportes etc.).

Cuando se tienen que ejecutar proyectos de gran escala (en general, polos de playas), se han creado fondos de desarrollo turístico con aportaciones de instituciones financieras oficiales, que puedan complementarse con fuentes de financiamiento exterior.

Estos fondos generalmente se gestionan de forma autónoma en relación con la SECTUR, ejemplo representativo de esta experiencia es FONATUR.

La infraestructura también puede, en parte, financiarse con fuentes de financiamiento externo, mediante préstamos de organismos financieros internacionales que conceden préstamos al turismo como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Centro Americano de Integración Económica. Todos ellos conceden créditos para infraestructura turística, con aval del gobierno, que se canalizan a través del sistema bancario nacional o mediante fondos especiales, como ya se ha señalado.

En cuanto al financiamiento de las inversiones directas en la planta turística, la principal fuente lo constituye el ahorro privado, constituido por aportaciones de promotores y propietarios. Normalmente, la política turística estimula el ahorro privado como fuente de financiamiento de las inversiones, mediante incentivos fiscales (excepciones en el impuesto sobre beneficios, importaciones de bienes de equipo, amortizaciones anticipadas, etc.) y créditos (bonificación de intereses, subvenciones, anuales, alargamiento de plazos, etc.)

El crédito interno, de carácter oficial (banca oficial) o de carácter privado, constituye un complemento del ahorro privado.

Las principales líneas utilizadas son los créditos a la construcción, los créditos a la remodelación y ampliación y los créditos para equipamientos

El recurso al crédito externo en el caso de la planta turística es un problema de compatibilidad con los objetivos de la política económica general. Sus principales fuentes de financiamiento son los denominados créditos gobierno a gobierno, ligados en la mayoría de los casos a la compra de bienes de equipo, los créditos concedidos por la Banca Internacional (Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, etc.) y por los Bancos e Instituciones Financieras privadas de carácter Internacional.

Las inversiones extranjeras en sociedades nacionales con mayoría o no de capital nacional, cuya finalidad es la realización de la planta turística, constituye otra fuente de financiamiento externo debiendo ajustarse a la normatividad (en relación con los requisitos, derechos y obligaciones, etc.), del país.

En 1974 el gobierno federal creo FONATUR, con el objeto de centralizar en un solo fideicomiso las funciones de asesorar, desarrollar y financiar planes y programas de fomento al turismo. Uno de sus mayores logros es sin duda su labor en la creación de los centros turísticos Integralmente Planeados.

FONATUR como organismo de fomento turístico, coadyuva en la captación de recursos y su origen como fideicomiso tiene sus antecedentes en el sexenio de Luis Echeverría **cuyo objetivo era elevar la economía del campesino** buscando su participación en el desarrollo de su comunidad; creando nuevos centros turísticos en toda la república mexicana.

La política de otorgamiento de crédito de FONATUR, fondeada con recursos propio; así mismo la línea de crédito Bancomext representa un apoyo primordial para la actividad turística.

Nacional Financiera por su parte y el Fondo para el Desarrollo Comercial (Fidec) del Banco de México han apoyado el crédito de pequeñas y medianas empresas turísticas.

En relación al financiamiento externo el Banco Internacional de Desarrollo (Bid) atendió la estrategia de desarrollo Turístico para el Mundo Maya, y el financiamiento del programa.

Adicionalmente se ha gestionado ante la SCHP, NAFIN y el BID, la incorporación a la estructura programática de FONATUR de recursos etiquetados para el programa Mundo Maya, al que se autorizaron ejercer 141 millones de pesos en 1996 en el programa carretero que desarrolla la Conacal, que comprende la construcción de 220 kilómetros de carreteras y caminos de acceso a zonas arqueológicas y áreas naturales protegidas, de acuerdo con las prioridades y directrices planteadas por los Gobiernos de los Estados, SECTUR y FONATUR.

Actualmente se trabaja en la red de carreteras del estado de Chiapas y Campeche. Se definió con los gobiernos de los 5 estados que conforman el Programa Mundo Maya, la realización de obras de infraestructura turística, así como los mecanismos jurídicos para formalizar los compromisos entre FONATUR y los Gobiernos de los Estados.

Por otro lado, se continúan los trabajos que comprenden el desarrollo del Programa Barrancas del Cobre, para ello FONATUR elaboró un Programa de Desarrollo Comunitario que contempla la participación de dependencias federales, estatales y municipales, organismos sociales y privados que tienen incidencia en los programas de desarrollo social en la sierra Tarahumara.

Como parte de programas especiales se realizan proyectos para el fenómeno de avistamiento de la Ballena Gris, necesarios para la construcción de muelles y servicios sanitarios en los puertos de López Mateos y San Carlos, localizados en la Bahía Magdalena en el municipio de Comondu, así como planear alternativas de uso de las instalaciones fuera de la temporada de alistamiento.

Se realizó el plan Maestro de FONATUR en relación a los 5 santuarios de la Mariposa Monarca para ampliar la zona de estudio y reordenar el turismo y la evaluación ambiental del fenómeno de invernación de la mariposa monarca en el ejido el Rosario en el Estado de Michoacán.

Con el propósito de desarrollar el centro turístico de Loreto Napolo en Sonora y Sinaloa y las 2 Bajas Californias se promueve el ordenamiento integral turístico del mar de Cortés.

En 1996 en Cancún se lleva a cabo el Proyecto Clínicas Turísticas de México, Quintana Roo, con el fin de consolidar la estructura de servicios turísticos en los centros integralmente planeados.

Así mismo se han realizado estudios para la instalación del corredor turístico de Manzanillo, la integración del **Inventario Nacional de Bellezas Naturales y Proyectos Turísticos.**

El proyecto hotelero Bahía de Conejos, Huatulco, Oaxaca, diseñó una propuesta de inversión que contempla aspectos técnicos de mercado y financieros para el grupo inversionista Intrac Group.

Como parte de una estrategia de fomento a la inversión dirigida al desarrollo regional y a la diversificación de la oferta turística, FONATUR realizó los estudios para los proyectos Puerto Bello, Golfo de Cortés, Bahía de Cacaluta, Corredor Cuyutlan- San Blas- en Tampico, Tamps. en la zona de Playa Miramar se desarrollan atractivos turísticos como Hotel, Cabañas, Centro de Convenciones, Servicios Turísticos y otros con la participación en Grupo TAMEX-FONATUR y los gobiernos Estatal y Municipal.

4.5 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE

Los proyectos de integración económica, desde la Segunda Guerra Mundial han abundado. Sin embargo, conviene distinguir dos enfoques muy

diferentes, el típico de los países ricos, que toman la integración como aproximación a la tradicionalmente considerada situación óptima de libre cambio y piensan que es éste el principal motor del desarrollo internacional, y por otra parte, el enfoque de los países pobres, que ven en la integración un posible instrumento para industrializarse más rápidamente y poder competir con los países ricos. El libre comercio, sobre todo a nivel internacional, como lo postulan los países desarrollados, no les convence. Para muchos de ellos no ha supuesto los beneficios que les prometían. Lo bueno de la integración es, precisamente, lo que la teoría económica califica de menos beneficioso: la discriminación contra aquellos que quedan fuera de la unión. El efecto desfavorable para los que no entran puede resultar ventajosos para los que forman parte de ella. En definitiva estos países se debaten entre un libre comercio, a gusto de los ricos, y una situación de autarquía que reconocen ha supuesto siempre más desventajas y problemas que beneficios para ellos.

Entre los llamados países pobres o subdesarrollados podemos distinguir dos grupos: por un lado, los que fueron antiguas colonias de las grandes potencias y que en la actualidad mantienen fuertes vínculos con ellas, no solo por intereses económicos que se concretan a veces en acuerdos preferenciales, sino también por intereses políticos, ya que su supervivencia como Estados independientes depende en gran parte de las antiguas metrópolis. El otro grupo está formado por los países latinoamericanos, que no tienen ninguna situación especial con país industrializado alguno y sufren las consecuencias de un sistema liberal que en su opinión no les ha proporcionado el avance deseado. No faltan intentos y experiencias de integración de países subdesarrollados, aunque no hayan obtenido los resultados que se perseguían. Así por ejemplo, las diferencias entre México y Canadá son significativas: la población de México (100 millones de habitantes) es 3 veces mayor que la de Canadá, y el ingreso por persona al año en México es de (2,337.2 dólares), lo que significa 13.1% del que correspondió a Canadá.

Canadá tenía en 1989 una población de 26 millones de habitantes, su producto interno bruto (PIB) ascendía a 462 mil millones de dólares, por lo que su ingreso percápita en ese mismo año fue de 17,807 dólares al año.

Así mismo, la diferencia entre Canadá y Estados Unidos son importantes; el valor del PIB del primero de estos, representó en 1989 el 89% en relación con el de E.E.U.U.

De este modo, los países que conforman la región norte del Continente Americano; Estados Unidos, Canadá y México se caracterizan

por tener niveles de desarrollo económico distintos, siendo México el país menos desarrollado.

En cinco años de libre comercio, Estados Unidos ha captado el 80% de la inversión total en Norteamérica contra un 10% captado por México

Hasta 1997, la inversión extranjera captada por México, Estados unidos y Canadá con motivo del TLC sumó 340 mil millones de dólares. De esta cantidad, informa la Secretaría de Relaciones Exteriores (SER), Estados unidos captó el 79.8%, México el 10.3% y Canadá el 9.9%.

El comercio bilateral, entre México y Estados Unidos, señala el informe, superó el comercio existente entre Estados Unidos y Japón en los últimos meses de 1998, lo que convierte a México en el segundo socio comercial de E.U.

La S.R.E. de México informó que para E.E.U.U. el TLC ha significado un aumento de su producto interno bruto de 13 mil millones de dólares, un incremento de 5 mil millones de dólares en su inversión empresarial, la creación de 90 a 160 mil empleos y un efecto de 7 mil millones de dólares en su balanza comercial.*

Tabla Nº 37

Impacto del Tratado de Libre Comercio en México

Exportaciones a E.U. en 1998	103	mil millones de dólares
Importaciones procedentes de E.U.	94	mil millones de dólares
Promedio anual de inversiones de E.U. a Canadá (I994-1997)	5.1	mil millones de dólares
Inversión de E.U. y Canadá entre enero y agosto 1998.	1.4	mil millones de dólares
Inversión norteamericana en México género 1994-Agosto 1998)	20.97	mil millones de dólares
Empresas con capital norteamericano	9.99	mil millones de dólares
Incremento de las exportaciones de E.U. a México (1994-1998)	91%	

FUENTE: Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE)

* Información publicada en el diario Reforma el 15/02/99

Los E.E.U.U. representan el eje del comercio entre los tres países. La estructura sectorial de la economía Canadiense es similar a la de México, en ellas se muestra el gran peso que tienen los sectores **comercio, servicios y finanzas (58.4 y 57% respectivamente)** y la relativamente menor participación de las manufacturas (19% en Canadá y 21% en México) la existencia de recursos naturales abundantes y de una presencia importante de los servicios públicos son también características de ambos países.

A partir de 1983 la política económica de México hacia el exterior se ha traducido un proceso de liberación en su comercio, que se expresa en el establecimiento de tarifas y aranceles, en la supresión de los permisos previos para la importación de algunos de sus productos, en la simplificación administrativa del comercio internacional, y el ingreso de México al Gatt en 1986.

Todo esto ha permitido a la política comercial de México el ir asemejándose cada vez más a las políticas de Estados Unidos y Canadá.

Tanto Canadá como México realizan con E.U. la mayor parte de su comercio internacional; las exportaciones de Canadá, el tipo de mercancías exportadas e importadas por Canadá forman parte también de las compras y ventas internacionales de México.

El TLC, incluye reglas para regular la compra y venta de los llamados servicios que son, todas aquellas actividades como la construcción de casas, hoteles, hospitales, escuelas, así como **el transporte, la educación y el turismo entre otros.**

Para estas actividades tan variadas se acordaron ciertos principios de carácter general a fin de facilitar el comercio entre México, Canadá y Estados Unidos.

El tratado establece que, Estados Unidos permitió, a partir de la fecha de entrada en vigor, **del TLC que los operadores mexicanos de autobuses turísticos brinden sus servicios en el mercado transfronterizo estadunidense.**

Tres años después de la entrada en vigor del tratado, Estados Unidos permitió que las empresas de autobuses de México iniciaran la prestación de servicios transfronterizos con itinerario fijo y hacia cualquier parte de

Estados Unidos. México otorgó el mismo trato a las compañías de autobuses de Canadá y Estados Unidos.

Al igual que muchos países en desarrollo, México necesita para crecer de la inversión extranjera, que será paulatina de acuerdo a lo siguiente:

México permitirá un 49% de inversión Canadiense y Estadounidense en empresas de autobuses y de camiones de carga que proporcionen servicios internacionales de carga (comprendida punto a punto de dicha carga en territorio Mexicano). Estados unidos mantendrá su moratoria al otorgamiento de permisos para la prestación de servicios internos de autotransporte de carga y de pasajeros, permitiendo únicamente la participación minoritaria de inversionistas mexicanos en empresas estadounidenses, diez años después de la entrada en vigor del tratado, México permitirá un 100% de inversión extranjera en empresas de camiones de carga y autobuses que presten servicio internacional.

El servicio de ferrocarril, de acuerdo con lo dispuesto en el Tratado y de manera congruente con las reservas de México en este sector, establecidas en la Constitución Política, de los Estados Unidos mexicanos, los ferrocarriles de Canadá y de Estados unidos podrán continuar comercializando libremente sus servicios en México, operar trenes unitarios con sus propias locomotoras, así como construir y tener en propiedad terminales y financiar infraestructura ferroviaria. México continuará gozando de acceso completo a los sistemas ferroviarios Canadienses y Estadunidenses.

En el Tratado de libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos, no se establece un mercado común con libre movimiento de personas, se hace referencia al tema específico entrada temporal de personas de negocios, conforme al principio de reciprocidad y de establecer criterios y procedimientos transparentes para tal efecto. Así mismo, refleja la necesidad de garantizar la seguridad de las fronteras, y de proteger la fuerza de trabajo nacional y el empleo permanente en sus respectivos territorios.

Cada nación autorizará la entrada temporal a personas de negocios que cumplan con las demás medidas aplicables, relativas a la salud y seguridad públicas, así como las referentes a seguridad nacional

Para proporcionar información a las personas de negocios de otras partes, a partir del primer año de entrado en vigor el tratado, cada una de

las partes han preparado publicaciones y han puesto a disposición de los interesados tanto en su territorio como en el de las otras partes, un documento con material que explique los requisitos para la entrada temporal, de conformidad con su legislación interna, la información relativa al otorgamiento de autorizaciones, incluyendo información específica para cada ocupación, profesión o actividad.

En cada país existe un grupo de trabajo sobre entrada temporal, integrado por representantes de cada país, con funcionarios de migración, que se encargan de la elaboración de las medidas que faciliten aún más la entrada temporal, de un país al territorio de otro país miembro del tratado sin la intención de establecer su residencia permanente.

A los visitantes por motivo de negocios, se les solicita la documentación que acredite que llevarán acabo, actividades relativas a negocios y señale el propósito de su entrada, probando el carácter internacional de la actividad de negocios que se propone realizar y que no pretende ingresar en el mercado local de trabajo.

Demostrado que la fuente principal de remuneración correspondiente a su actividad se encuentra fuera del territorio de la parte que autoriza la entrada temporal y el lugar principal de remuneración correspondiente a esta actividad se encuentra fuera de este territorio.

A los Comerciantes e Inversionistas, se les autorizará la entrada temporal, cuando pretendan llevar a cabo un intercambio comercial cuantioso de bienes y servicios entre el territorio de la parte a la cual se solicita la entrada; siempre que la persona cumpla además con las medidas migratorias vigentes, aplicables a la entrada temporal.

El ambiente libre cambista que plantea nuevos aspectos por negociar es el caso de los servicios. Es claro que ya no se negocian únicamente mercancías y que, se busca avanzar sobre las propuestas iniciales agregando nuevos tópicos, otorgando una ampliación discrecional a una cláusula como la de la nación más favorecida, en el sentido de que las concesiones negociadas no pueden generalizarse a otros países, que no forman parte del tratado.

En lo que corresponde al transporte, los servicios de camiones y autobuses se aplica el otorgamiento de permisos para la prestación de servicios y permitir a los operadores mexicanos de servicios turísticos brindar servicios en el mercado transfronterizo estadounidenses; mientras que en Canadá los operadores de servicios de camiones y autobuses

mexicanos y estadounidenses tienden la autorización de prestar sus servicios en Canadá. Con base en el principio de tratado nacional que obliga a las partes a conceder a los servicios y proveedores extranjeros un trato no menos favorable que el concedido a los proveedores nacionales.

Con respecto a las telecomunicaciones, es un renglón de gran importancia en el servicio de telereservaciones de servicio turísticos tanto a nivel nacional como internacional, al respecto el tratado de libre comercio, dispone que los servicios de telecomunicaciones están disponibles en términos y condiciones razonables y no descriminatorios para empresas e individuos que los utilicen en relación con sus actividades.

Las empresas pueden utilizar las redes y los servicios públicos para transmitir información dentro de cada país y dentro del territorio de América del Norte.

Con el Tratado, México proyecta posibilidades de captar mayores flujos financieros que se complementen con la inversión nacional, así como el acceso a nueva tecnología, ya que los desarrollos y megaproyectos conjugan inversión, integran zonas hoteleras, asociándose para contratar servicios operativos con las grandes firmas hoteleras internacionales.

La importancia de contar con nuevas directrices en el comercio internacional, dan sustento a la investigación de la importancia y las funciones de la actividad turística en la economía mexicana por su gran interés, incluso mundial, porque el desarrollo económico mexicano, puede convertirse en un soporte exterior fundamental, obteniendo las divisas necesarias para la industrialización de la economía, en particular del sector turístico. En este sentido, aunque no existen modelos exportables, la experiencia de países como España que muestra los beneficios y costos del crecimiento turístico de un país de desarrollo intermedio y, por consiguiente con problemas estructurales más cercanos a los países en desarrollo.

Por supuesto que el papel que el turismo tiene en la estrategia del desarrollo, no está excento de prejuicios o recelos sobre aspectos como:

- La desconfianza existe sobre la naturaleza del turismo como actividad económica[38], en condiciones de igualdad a las de otros sectores, dada que su novedad como fenómeno de masas y el carácter de bien inmaterial o servicio que caracteriza al turismo, implicaba un tipo de

[38] Es conveniente destacar, la resistencia a reconocer en la actividad turística el tratamiento y beneficios de una actividad exportadora.

producción diferente a la producción de bienes materiales (agrarios o industriales).

En 1997 los países americanos con mayor participación en la captación de visitantes fueron Estados Unidos, México y Canadá. La evolución del turismo internacional en el grupo de países que forman parte de la zona del Tratado de Libre Comercio de América del Norte mostraron una tasa de crecimiento anual media de 5% durante el periodo de 1985-1994.

Los países y destinos de la región han entrado a una fase caracterizada por el desarrollo de nuevos productos, en el marco de la satisfacción de los gustos y preferencias de los clientes pero también por la búsqueda de nuevos segmentos, instrumentando acciones que favorecen el incremento de sus capacidades competitivas, y el aumento de la competencia entre países y destinos por captar turistas y un mayor gasto.

Entre los cambios que se han dado en el sector turismo del país, uno muy importante es el que se refiere a la promoción. El turismo es de las actividades económicas de mayor competencia, estuvo en el Gatt desde que nació (mismo que evolucionó por medio de varias rondas de negociaciones y la última y la más importante de ellas fue la ronda Uruguay, que se desarrolló entre 1986 y 1994 y dió lugar a la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y sus acuerdos abarcan actualmente el **comercio de servicios**, y vive una apertura total permanente, por lo que para hacer frente a la competencia mundial debemos darnos a conocer.

El impulso de megaproyectos es un elemento importante dentro de la serie de transformaciones que han vivido el turismo, pero quizá más importante sea la desregulación que han asumido el gobierno en diversas actividades vinculadas estrechamente con el ramo.

"El transporte turista era un problema y había que empezar a solucionarlo. Estuvimos bloqueados durante muchos años por la protección que se daba a las líneas aéreas mexicanas. Las que por su condición financiera dejaron de crecer.

La desregulación y privatización de las principales líneas aéreas del país son factores que han abierto el panorama, se está viendo crecer la capacidad interna del aerotransporte y la casi práctica apertura de los cielos, ahora cualquier ruta puede ser tomada con mínimos requisitos.

En el transporte terrestre también han sido intensos los cambios sufridos, con la apertura de los monopolios y concesiones que existan y no únicamente en el transporte turístico sino también en el de carga, esto ha ayudado a todos para bajar costos.

Cuando existen monopolios hay un manejo arbitrario de los precios; con la competencia libre se estabilizan. Ahora, hasta los insumos propios de los hoteles están costando menos porque el transportista ofrece precios más bajos, este es un hecho de no poca trascendencia.

Los cambios que se dieron en materia de regulación a la inversión extranjera han traído beneficios, permiten que un inversionista extranjero pueda ser dueño de un hotel al 100%, antes estas autorizaciones se tenían solo con permisos especiales; debemos entender que existen cadenas hoteleras internacionales cuya política determina que los hoteles deben ser cien por ciento propios de lo contrario no invierten.

Es justo recurrir al inversionista extranjero en el sector turismo, no solo porque ingresa divisas al país, sino porque ya tiene experiencia ganada con años y aporta ideas de tecnología, producción y urbanización

En México no hay ni capital, ni créditos suficientes para hacer frente a grandes proyectos de inversión, por lo cual invitar a socios extranjeros en forma minoritaria para atraer créditos complementarios con los nacionales"[39]

Actualmente el gobierno de México ha impulsado la economía con el turismo como punta de lanza, varios empresarios del país y las principales cadenas hoteleras de Norteamérica, Europa y Asia están participando con inversiones en los megaproyectos que se están promoviendo.

El turismo no solo sigue en los primeros lugares como sector generador de divisas, sino que es generador de polos de desarrollo, su crecimiento es el más dinámico de la economía, pues ha avanzado en los últimos años entre un 5 y 10% anual.

[39] Jorge Martínez Guitrón, Vicepresiente del Grupo Sidek; Revista Capital, Mercados Financieros Diciembre 1988.

El caso de Cancún es un buen ejemplo, ya que a su alrededor se han creado una serie de industrias complementarias que han proporcionado un gran desarrollo económico a la zona y por ende, al estado de Quintana Roo.

CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con el nacimiento del comercio se desarrolla el transporte y el concepto turístico evoluciona, inicialmente las diligencias fueron el medio para desarrollar los viajes, con la presencia del ferrocarril, el automóvil y los aviones el turismo se desarrolla, por lo cual se puede afirmar que el turismo contribuye al perfeccionamiento de los transportes y las comunicaciones, a los medios y sistemas de una actividad que vale por lo que realiza, por lo cual se puede afirmar que, como el comercio y la industria, también el turismo ha contribuido a este perfeccionamiento. De igual manera muchas personas han contribuido al desarrollo del mercado turístico, entre estas destacan, Tomas Cook y Cesar Ritz quienes fueron los iniciadores en Europa de la hotelería moderna.

En México la Constitución de 1917 da origen a la base jurídica del turismo, al establecerse las vacaciones como un derecho social del trabajador; la concepción internacional del turismo se presenta en 1926 cuando el General Plutarco Elías Calles promulga la primera ley de migración.

El turismo es un fenómeno de nuestra época que se fortalece después de la Segunda Guerra Mundial. En 1995 represento un movimiento internacional de 567 millones de turistas y un gasto de 372 mil millones de dólares, los individuos solos o con familia ocupan cada vez mayor tiempo libre en el turismo al que dedican una parte importante de sus ingresos a pesar de la crisis económica; sin perder el realismo de las cosas, la visión global del proceso de formación del fenómeno turístico establece determinantes específicas como: **La Revolución del Transporte** que ha modificado radicalmente el panorama de las comunicaciones en el mundo; **la intensificación del fenómeno urbano** que se traduce en la necesidad de buscar ambientes tranquilos y de diversión en contacto con la naturaleza; **el incremento de la productividad,** como consecuencia se produce más en menos tiempo; **las reinvidicaciones salariales** que han permitido a nuevas y amplias capas de población acceder a la practica del turismo.

El turismo es un fenómeno complejo cuya naturaleza no se circunscribe a una sola manifestación sino que se interrelaciona con aspectos sociales, culturales, políticos geográficos y económico, y esta conformado por tres grandes mercados: EL TURISMO RECEPTIVO, EL TURISMO NACIONAL O INTERNO Y EL TURISMO EGRESIVO.

Del turismo receptivo, el 88.0% proviene de los Estados Unidos, integrado por personas de origen mexicano y anglosajones, las cifras del turismo nacional indican que en 1987 se hospedaron en hoteles 33.7 millones de mexicanos; en relación al Turismo Egresivo en 1995 fue de 102,257 millones de mexicanos que visitaron el extranjero de los cuales el 91.8% correspondió a excursionistas fronterizos, de estos el 8.2% permanecieron en el interior una o más noches.

La recuperación económica de los países desarrollados que fueron afectados por la Segunda Guerra Mundial, trajo la aparición de numerosas actividades del uso del tiempo libre que vincularon económicamente a los países desarrollados y en vías de desarrollo, en este sentido, el turismo constituye un fenómeno equilibrador de los intercambios internacionales.

El carácter prioritario o no del turismo dentro de la estrategia de desarrollo ha tratado de fundamentar una serie de indicadores (capital/producto/inversión/etc.) cuya interpretación no permite obtener conclusiones objetivas dado su carácter parcial, las dificultades metodológicas y el no incluir aspectos cualitativos relevantes. Por ello hasta ahora las decisiones sobre el papel asignado dentro de la economía nacional han tenido un soporte fundamentalmente de carácter político.

Aunque los objetivos generales de la política económica son universalmente aceptadas, no todos los países conceden un mismo papel al sector turístico dentro de un plano de desarrollo, pues **los países desarrollados enfocan al turismo como una actividad de consumo y aquellos en desarrollo como una actividad productiva y en los países de economía planificada, está más ligada con otros servicios como el deporte, la cultura y otras.**

Por ello los beneficios económicos del turismo dependen del desarrollo que la sociedad anfitriona tenga, ya que un efecto positivo del turismo en una sociedad industrial puede ser negativo en una preindustrial; sin embargo de acuerdo con Hernan Kahn, el turismo puede convertirse en una de las industrias más importantes del mundo par el año 2000.

Al mismo tiempo, los factores que han favorecido el crecimiento del turismo masivo, como el contar con mayor tiempo de ocio, expansión de la clase media, crecimiento y difusión del transporte y las comunicaciones, teorías perfeccionadas de mercadotecnia y la necesidad de escapar del trabajo moderno, ejercerán en forma cada vez mayor una influencia expansionista.

El turismo receptivo que esta integrado en términos generales por turistas que llegan al país y que han dejado una residencia en el exterior y que permanecen en el sitio visitado por más de 24 hora, son importantes para establecer previsiones, la elaboración de programas específicos de promoción y comercialización y, en general para fundamentar una planificación objetiva del desarrollo turístico, consistente en seleccionar aquellos recursos que tengan una mayor potencialidad en función: de su calidad, potencialidad del mercado y costo de puesto en explotación.

La actividad turística solo tiene lugar cuando existen los recursos o atractivos turísticos que motivan a las personas abandonar su domicilio habitual.

La Organización Mundial del Turismo(OMT) distingue entre patrimonio y recursos turísticos, el primero como el conjunto potencial de los bienes materiales e inmateriales, a disposición del hombre que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas, los segundos a aquellos bienes y servicios que por medio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible el turismo y satisfacen las necesidades de demanda.

El turismo es una actividad descentralizada en virtud a que la gestión de los recursos turísticos tiene que ser realizada en gran medida, por las entidades federales, estatales y municipales, en colaboración con la iniciativa privada, para esto se establecen los conceptos de planta turística y de infraestructura.

La planta turística comprende categorías como : alojamiento alimentación, esparcimiento y otros servicios los que a su vez se subdividen en tipos y subtipos.

De la misma manera, **la infraestructura se clasifica en dos categorías; transporte y comunicación, que a su vez se subdividen en tipos y subtipos** que se deberán jerarquizar de manera ordenada y planificada.

La formulación de la estrategia, para elaborar programas específicos o medidas de política turística que permitan superar las deficiencias identificadas plantea los principales tipos de problemas y estrangulamientos, servicios que la planta hotelera tiene interés, ya que en la mayoría de los casos prestan una variedad de servicios turísticos como alojamiento, alimentación, recreación, etc.

Estos problemas se presentan con mayor frecuencia en establecimientos de pequeño y mediano tamaño, que constituyen la columna vertebral de la planta turística de un importante número de países, sino también porque está más adaptada a una situación de crisis económica como la actual, en razón de que sus motivaciones no son exclusivamente económicas sino que buscan la autonomía y las relaciones humanas entre otras; crea más empleo que los establecimientos de mayor tamaño y esta más al alcance de la iniciativa local de zonas más desfavorecidas.

Esta problemática que afecta ha este grupo de establecimientos la podemos agrupar como sigue:

- Problema de infraestructura física y general.
- Problema de calidad y nivel de precio de los servicios públicos.
- Problema de capacitación de los elementos humanos.
- Problema de gestión, promoción y comercialización.

Además de estos problemas de la planta turística, se identifican con él diagnostico el estrangulamiento en la infraestructura de transporte y comercialización turística; en la vialidad es importante analizar el estado de las carreteras, en su anchura, estado del firme y otros; el señalamiento turístico y en general las dotaciones y características de la planta turística, como alojamientos, alimentación, etc., y servicios básicos como es el caso de gasolineras, talleres de reparación, etc. En los denominados "corredores turísticos".

También existen deficiencias en infraestructura aérea y marítima, en México el transporte turístico más importante es el aéreo y el terrestre, pues el marítimo y el ferroviario son muy escasos. A esto se agrega que el turismo más relevante es el que proviene de E.U.A. e ingresa por vía aérea o terrestre. El mercado turístico, esta segmentado por motivo del viaje, en las siguientes corrientes de visitantes: **turismo de descanso o de vacaciones, turismo de negocios y de compras, turismo deportivo, turismo de aventura, turismo religioso, turismo cultural, turismo científico, turismo gastronómico, turismo estudiantil, turismo de congresos, convenciones y similares, turismo familiar y de amigos y turismo de salud o medicinal.**

Por las características propias de cada destino turístico en México, la Secretaría de Turismo los ha clasificado en Centros Integralmente Planeados, Centros Tradicionales de Playa, Grandes Ciudades, Frontera

Norte, Centros Turísticos del Interior, Programa Mundo Maya y el Programa Ciudades Coloniales.

En México, la infraestructura turística esta compuesta de 9 mil 172 hoteles con 385 mil 726 habitaciones; de los cuales los más utilizados son los incluidos en Centros de Playa que captaron el 35.1% y los ubicados en las Grandes Ciudades con una participación del 33.1% y el 31.8% restante corresponde a los Centros Turísticos del Interior y Fronterizos, de esta infraestructura 23 mil hoteles y restaurantes emplean directamente a 6 millones de personas (el 16% de la población económicamente activa). Faltan por considerar en el renglón, las líneas aéreas, las agencias de viajes, los bares, las discotecas, las empresas que alquilan autos y en algún grado una amplia gama de actividades secundarias, como la manufacturera y venta de maletas, ropa y accesorios de playa, cámaras fotográficas y de videos, artesanías y otros.

En México poco a poco empiezan a cobrar auge el ecoturismo, este término tiene que ver con todas aquellas actividades al aire libre que impliquen un esfuerzo físico en algún grado en comunión próxima con la naturaleza. Observar el paisaje, su flora, fauna y conocer aspectos de índole social del sitio, todo ello con el afán de interactuar más que como un simple espectador.

A partir de 1929 y la promulgación del primer plan de desarrollo turístico en 1963, la actividad turística mexicana, inicia una etapa de crecimiento rápido y autosostenido, sin embargo, **el sector turístico, no fue prioritario dentro de la estrategia del desarrollo económico mexicano, es decir no contó comparativamente con apoyo mayor que otros sectores de la economía.**

La concepción del turismo, se limita a planear la función de éste, sólo en términos de sus posibilidades económicas y cuantitativas, la generación de empleos y la captación de mayor número de turistas, extranjeros y divisas, dejando a un lado los aspectos cualitativos del desarrollo, sobre todo en relación con la calidad de vida de quienes ofrecen y demandan los servicios, así como del sentido del uso del tiempo libre de los turistas, razón por la cual no se incluyen como elemento sustancial en las políticas de desarrollo turístico.

Por otro lado México es un país que sigue el modelo de vida de las naciones desarrolladas ocupan el decimotercer lugar en el mundo por su extensión, un enorme potencial de desarrollo por sus vastos y variados recursos naturales.

La economía mexicana, esencialmente dependiente del exterior, ha encontrado en la planificación la posible solución a sus problemas. **El turismo receptivo planteado como instrumento de captación de divisas, es el caso más elocuente de este fenómeno. Cada fin de gestión, la economía experimenta una contracción, pero mediante el financiamiento externo, ingresa en un nuevo período de abundancia que a su vez desemboca nuevamente en crisis, un nuevo financiamiento salva la situación, no obstante, los efectos positivos de toda crisis no se manifiestan, por ello para lograr los fines, la estrategia de desarrollo esta constituida por una serie de políticas referidas a un aspecto del objeto de planificación.**

En México las políticas turísticas, se están orientando a recuperar y hacer crecer la competitividad de los centros y regiones turísticas más importantes reforzando la industria de sus productos, mejorando su calidad ambiental sumándoles mayor potencial de repuesta, diversificado y dando prioridad a los canales de distribución más eficaces.

La actividad turística produce una gran cantidad de efectos económicos y sociales en la sociedad en que tiene lugar. Algunos son generados directamente por la actividad (efectos directos) y otras tienen origen en los efectos inducidos por estar sobre el resto de la economía (efectos indirectos).

En este sentido la producción de bienes y servicios turísticos requiere orientar las condiciones de empleo conjuntamente con las remuneraciones y a productividad de los trabajadores, y en este sentido una mayor y mejor capacitación repercutida en la productividad de la fuerza laboral y la remuneración.

El turismo incide en numerosas partidas, tanto de las operaciones corrientes como de capital de la balanza de pagos. Si embargo, el análisis del saldo neto del turismo en la balanza por cuenta corriente y de capital no es fácil, pues generalmente no suele contarse con una sectorización de las operaciones con el exterior. **El turismo internacional contribuye a equilibrar el déficit de la balanza comercial del país y produce el superávit de países como Estados unidos, este flujo equilibrado puede ir acompañado de nuevas formas de dependencia. Especialmente en los países en desarrollo respecto de los países más avanzados.**

En México, la participación del estado en la actividad turística se justifica, al determinar la política más acorde con la estrategia y objetivos de

planificación, para ello se cuentan con planes de desarrollo, programas y proyectos de turismo, la ley de turismo, la regulación de las actividades y servicios turísticos y una regulación jurídica administrativa; crear las condiciones que permitan participar y competir ventajosamente en el mercado turístico internacional cada vez más globalizado y competitivo, **requiere de acciones de fomento a las inversiones, descentralizadas, desregulación, coordinación, concertación e inducción, así como de la transformación de los esquemas de promoción y publicidad.**

Para ello en las Entidades Federales se ha diseñado *la operación de fondos mixtos tripartitas*, con la participación de empresarios turísticos, las autoridades estatales y municipales de los destinos que se promueven.

Hacia el año 2020, la corriente mundial de viajes se situará en 1,600 millones de turistas internacionales, con un gasto de 2 billones de dólares de acuerdo con estas proyecciones, México ocupará una posición dentro de los primeros 10 países más visitados, para ello en el programa del sector turismo 1995-2000 se establece la política turística en base a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo como son: El empleo, divisas y desarrollo regional. A partir de los destinos turísticos prioritarios se persiguen desarrollar productos competitivos en el espacio regional, articulando corredores y circuitos que favorezcan la distribución del ingreso en las regiones.

La política de fomento a la exportación al turismo se resume en los siguientes cuatro grandes grupos: de carácter financiero, arancelarios, fiscales y comerciales. Asimismo se cuenta con el financiamiento de proyectos de inversión Turista vía el Fondo para el Desarrollo Comercial (FIDEC) del Banco de México, que contribuye con el fondeo para la pequeña y mediana empresa.

Debido a que la problemática del sector turístico atañe a muchas dependencias públicas se cuenta con el Gabinete Turístico con la participación de 14 secretarias de estado y 18 organismos públicos.

Para ello se pretende crear valor agregado en los destinos, variedad de servicios y atractivos, nuevas actividades y mayor calidad general y especifica a cada producto, con un programa de promoción para promover el mercado internacional y nacional, que conjugue la capacidad de implantar actividades productivas rentables y de valor agregado, congruentes con la conservación y mejoramiento de la calidad del medio ambiente natural y de las condiciones de vida de las comunidades locales protegidas con una

legislación clara y efectiva en las áreas naturales y el patrimonio cultural de los MEXICANOS, preocupándose por que exista una planificación con la población para satisfacer el derecho al descanso recreativo y creativo que permita el crecimiento del producto interno bruto (PIB) y el objetivo básico de lograr la autonomía tecnológica, financiera y comercial del sector, así como del objetivo intermedio de mantener el predominio de las inversiones nacionales con los servicios turísticos.

Con estos objetivos, México perfila al sector como la fuente de divisas que en algún momento habrá de reemplazar a la industria petrolera.

El consumo y la inversión turística han constituido dos componentes significados de la demanda efectiva de la economía mexicana, buscando importantes efectos directos y multiplicadores en la producción y empleo, contradiciendo así las opiniones sobre la falta de estabilidad de la actividad turística, a partir de las pasadas crisis y la de 1994, el consumo turístico, redujo sus tasas de crecimiento, pero sigue representado un componente significativo de la demanda efectiva nacional y un importante saldo neto en sus relaciones con el exterior.

Por lo cual a nivel regional de los países, busca integrar mercados de libre cambio como motor del desarrollo internacional: De este modo los países que conforman la región norte del Continente Americano, Estados Unidos, Canadá y México se caracterizan por tener niveles de desarrollo económico distintos, siendo México el país menos desarrollado; países que han celebrado un TLC, en el que incluyen reglas para regular la compra y venta de los llamados servicios en los que destacan la construcción de hoteles, el transporte y el turismo y otros, con el fin de facilitar el comercio entre los tres países, mismos que han entrado a una fase caracterizada por el desarrollo de nuevos productos en el marco de la satisfacción de los gustos y preferencia de los clientes, pero también por la búsqueda del nuevo seguimiento, instrumentando acciones que favorezcan sus capacidades competitivas para captar turistas y mayor gasto.

El gobierno mexicano ha establecido estrategias de financiamiento de as inversiones propias y ajenas; distinguiéndose el financiamiento de nversiones privadas principalmente en planta turística.

Las fuentes de financiamiento interna suelen ser diferentes según la naturaleza y autonomía de la SECTUR, en este caso son los presupuestos de la Administración Federal, Estatal y Municipal los que financian una parte de las inversiones en infraestructura específicamente turísticas, ya que la nfraestructura general corre a cargo del presupuesto de otras Secretarías.

La ejecución de proyectos de gran escala esta a cargo del (FONATUR) Fondo Nacional de Turismo que se encarga del financiamiento. Otra fuente de financiamiento es el externo, que se obtiene mediante préstamos de órganos internacionales como el Banco Mundial, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Centro Americano de integración Económica.

El financiamiento a la planta turística es el ahorro privado y las inversiones extranjeras en sociedades nacionales. El gobierno Federal acude a fondos como FONATUR, NAFIN y BANCOMEXT.

En virtud de lo anterior, surge la necesidad de elaborar un programa de actividades orientadas al fomento y desarrollo del sector para eliminar problemas que entorpezcan la actividad, tales como la falta de coordinación de las inversiones y la falta de proyectos selectivos de inversión, un plan maestro o un estudio de gran visión nacional de Turismo, mediante el cual se fomenten las actuales zonas de interés turísticos, se apuntale las regiones en desarrollo y se determinan y establecen nuevos sitios destinados al turismo, tanto nacional como extranjero, mediante una correcta planificación y ejecución de la infraestructura y de los servicios, permitirá la unificación de los esfuerzos para alcanzar el objetivo de incrementar el turismo en México, propongo un plan integral actualizado.

La elaboración de un plan constituirá todo un sistema de actividades que conformarán estudios sucesivos y complementarios en los que a medida que se avance, se examine un número cada vez mayor de elementos y sus interrelaciones, con un grado creciente de profundidad, reduciendo el nivel de incertidumbre en cada una de las etapas hasta concluir con los estudios de factibilidad para los proyectos de inversión.

El estudio de factibilidad deberá ser un documento que prevea y estime el resultado de las operaciones requeridas. Debe dar una idea clara de lo que se requiere producir o vender y de los resultados esperados. Para ello, es necesario que se determinen sus características físicas, su clasificación técnica, las necesidades que satisface y su participación en el mercado.

En relación con la demanda, se definirán sus características principales que identifican a los consumidores del bien o servicios estudiados, su número, su distribución geográfica y los períodos de consumo, sus costumbres y preferencias, etc. Es importante conocer la

elasticidad de la demanda y sus proyecciones basadas en serie de datos históricos para así poder prever su futuro comportamiento.

El estudio de la oferta deberá contar con la información suficiente para conocer las características y volumen que reviste la oferta de los bienes o servicios turísticos iguales, similares o substitutos de los que se proyecta producir o prestar. Es importante estudiar la oferta actual y su evolución histórica, ya que de esta forma se conocerá la competencia que se tiene, así como los aciertos o fallos de otros productos del bien o prestadores del servicio. Por otra parte, se permitirá depurar la definición del bien o servicio a producir o prestar, a través del conocimiento de las experiencias de otros productores.

El estudio de comercialización (marketing) debe explicar la forma como se distribuye actualmente los bienes, objeto del mismo, el procedimiento utilizado para la venta o prestación de los bienes o servicios, los sistemas de promoción utilizados, los sistemas de crédito y cobranza, los requerimientos de asistencia técnica para el uso de los bienes y la descripción de los lugares donde se presten dichos servicios.

La política económica tiene especial importancia en la elaboración del proyecto turístico, dado que permite conocer las limitaciones legales y laborales, los incetivos o auxilios estatales o de instituciones privadas, los obstáculos que pueden ejercer, a través del mercado otros productores o prestadores de los bienes o servicios y la existencia de controles y restricciones, por parte del gobierno o agrupaciones privadas.

Los resultados del estudio de mercado podrán definir medidas y la toma de decisiones para el capítulo de ingeniería del proyecto, al estimar las ventas y la recuperación de la inversión, evaluando la factibilidad y conveniencia de realizar la inversión.

En la parte donde se determine el tamaño y la localización, el estudio deberá presentar la información y los análisis suficientes, así como las diferentes alternativas que permitan fijar el tamaño optimo del proyecto y su localización. El análisis deberá contener un alto grado de apreciaciones, supuestos y estimaciones del futuro los cuales se adecuarán a la realidad turística del país en la mayor medida posible.

Como tamaño del proyecto se entiende el número de unidades a producir ya sean cuartos, departamentos, bungalows, etc., o el número de personas que es factible atender en un período determinado.

En la localización se determina la región, localidad o punto más adecuado para ubicar la instalación turística, para producir los bienes o prestar los servicios motivo del estudio. Este análisis reviste gran importancia en la actividad turística, ya que los bienes y servicios que se ofrecen en la misma, tienen normalmente una demanda altamente sensible a los cambios, por lo que puede esperar que una mala ubicación, dadas las preferencias de los consumidores, signifique el fracaso de la empresa.

En lo que se refiere a la ingeniería del proyecto el estudio debe incluir las condicionantes técnicas y económicas que servirán de base para estimar la inversión requerida y los costos de operación, ya que estos, a su vez, serán determinantes para evaluar la factibilidad y conveniencia de realizar la inversión.

La solución técnica operativa, deberá estar apoyada en las condiciones que deben cumplir los productos o servicios identificados en el estudio de mercado y en el tamaño y condiciones del lugar seleccionado, así como en los avances tecnológicos disponibles. Desde el punto de vista turístico debe corresponder a la mejor selección o diseño de equipos, insumos, edificios, instalaciones especiales y procesos operativos que permitan producir los bienes o prestar los servicios de la forma más eficiente que la tecnología permita. Es aquí donde se debe buscar el logro del principio económico maximizando la producción y minimizando los costos.

El cálculo de los rendimientos esperados, elemento importante para seleccionar la solución técnico operativa idónea, se basará en la información técnica disponible que se requiere para el cálculo de los costos de operación, dicho calculo, conjuntamente con la estimación del costo en capital de producción y edificios e instalaciones, permitirá determinar el costo del producto o servicio a ofrecer.

Es necesaria la elaboración de programas que logren coordinar el desarrollo de las etapas técnicas del proyecto con la parte financiera, agrupando en conceptos afines las erogaciones de los gastos de inversión correspondientes a: estudios, terrenos, instalaciones, montaje de equipo, construcción civil, gastos de promoción y puesta en marcha, así como los requerimientos de capital de trabajo. Los elementos aportados en el estudio deben ser lo suficientemente completos para asegurar que la estimación de la inversión sea altamente confiable.

El Análisis del Medio Físico se considera la implantación de los proyectos de desarrollo turístico afecta y modifica en forma directa la estructura económica y física de la región. Uno de los aspectos que

generalmente se ve más afectado es el físico – ecológico de la zona, ya que cualquier tipo de inversión turística generalmente se traduce en obras y construcciones que inciden directamente modificando estos factores.

Por esta razón, resulta imprescindible conocer cuáles son las condicionantes naturales de la región en estudio, aspecto gracias al cual es posible elegir el tipo de inversión más adecuado, buscando la optimización del aprovechamiento y la conservación de los recursos naturales del lugar.

Para este tipo de análisis se cuenta con técnicas de fotointerpretación, por medio de las cuales se pueden obtener datos más precisos sobre los factores físicos que intervienen en la zona de estudio, estos datos se refieren a la geología, hidrología, topografía, vegetación y climatología.

Con ello los planificadores, técnicos o ingenieros pueden alcanzar los objetivos y las metas previstas en el proyecto, dando el mejor uso racional de los recursos.

Cada una de las etapas de este estudio sobre el medio físico tiene objetivos específicos y permite la optimización de las actividades posteriores como son:.

- **Geología**.- El objetivo del estudio geológico es definir las características físicas del suelo, sus propiedades mecánicas e hidráulicas y su relación con el proyecto. A través de esto se le permitirá al planificador conocer las restricciones y la factibilidad de las obras a realizar en el terreno.

- **Hidrología**.- Los aspectos hidrológicos del predio inciden de manera directa en el proyecto, sobre problemas tales como la captación de agua potable, el tratamiento de aguas negras, la protección contra inundaciones, etc. Por ello, es necesario un adecuado análisis de la naturaleza y el comportamiento de las corrientes superficiales dentro del terreno. La descripción de los elementos y factores relativos a la presencia, captación y conducción de aguas en el predio, permitirán conocer los efectos económicos y técnicos del proyecto propuesto.

- **Topografía**.- El estudio de topografía es aquel cuyo objetivo es analizar la configuración del predio para identificar las características de relieve tales como: niveles, límites, colindancias y accidentes físicos que puedan afectar de una u otra forma el

proyecto. Estos datos permiten la adecuación del mismo a la configuración del terreno, considerando aspectos específicos de diseño, tales como: ubicación óptima de las instalaciones, ya sean edificios, módulos, bungalows, etc.; el tipo de construcción, el mejor aprovechamiento de las vistas y paisajes naturales; la protección de los canales y los causes, la factibilidad de construccion de vialidades, etc.

- **Vegetación**.- El objetivo de este análisis es investigar cuáles son las características cualitativas de la vegetación existente en el predio y de la región donde se ubicará el desarrollo turístico propuesto, así como establecer las normas de diseño necesarias para lograr el máximo aprovechamiento y conservación de las especies vegetales y el paisaje natural. Estas consideraciones también inciden sobre la solución arquitectónica en cuanto a la ubicación de los edificios, el diseño de las áreas exteriores, arquitectura del paisaje, etc.

- **Climatología**.- Este estudio tiene especial importancia para los proyectos turísticos ya que en base a él será posible saber cuales son las condiciones e instalaciones requeridas para un adecuado y confortable servicio turístico.

  En el se tratan temas como la temperatura, el asoleamiento, los vientos, la humedad, etc., permitiendo la optimización de las condiciones climatológicas, mediante una correcta orientación de los alojamientos, de las diversas construcciones proyectadas, de protecciones contra asoleamientos y la instalación de sistemas de acondicionamiento de aire de otros factores que en conjunto tienen como objetivo dar el mayor confort a las instalaciones.

- **El Diseño del Proyecto**.- Una vez realizado el estudio sobre el medio físico, se cuenta con los elementos necesarios para elaborar el diseño del proyecto, que comprende el diseño urbano, la ingeniería urbana y el diseño arquitectónico, a través de los cuales se obtienen los elementos básicos para la concepción, desarrollo y ejecución de un proyecto turístico. Cada uno de los diseños involucra la investigación de las características infraestructurales del lugar donde se localizará el proyecto, la integración de los trabajos preliminares, el anteproyecto, donde se indican los elementos propiamente de diseño y el proyecto definitivo, en el cual se encuentra la formación necesaria para la realización de la obra.

- **Diseño Urbano**.- Con este estudio, el inversionista, el promotor y el diseñador identifican las características y condicionantes de la localidad, concentran la información obtenida y desarrollan todos los aspectos de diseño urbano. Esta etapa se hace primero a nivel de proposiciones, hasta que se complete la elaboración de un programa urbano definitivo en el que se contemplan aspectos tales como vialidad y trazo geométrico, lotificación, planos de **"manzanas",** esquemas de espacios exteriores, vegetación, mobiliario urbano, señalización, planos de conjunto total, planos por secciones y en general, criterios complementarios para el diseño urbano.

- **Diseño de Ingeniería**.- En esta etapa se debe realizar una investigación sobre las condiciones prevalecientes en el mercado de la construcción de la localidad, esto es, un análisis sobre la ingeniería de costos. Se debe además analizar la calidad de los servicios, es decir, la ingeniería urbana, así como la ingeniería de la edificación. Estos son aspectos fundamentales para que el diseñador logre optimizar los resultados de su planteamiento, ya que los aspectos de diseño de ingeniería, a nivel urbano y de edificación, deberán de ser congruentes con el sitio de desarrollo, a fin de hacerlos económicos y funcionales.

- **Diseño Arquitectónico.-** Este estudio comprende los siguientes aspectos: adecuación al medio físico, análisis de la reglamentación existente de la oferta turística, del perfil del turista, de las características de la construcción y el equipamiento de las instalaciones existentes. Este conjunto de aspectos permitirán definir el tipo de edificación turística que sea conveniente realizar, ya que un buen diseño arquitectónico, entendiendo por esto un proyecto que logre los mejores efectos estéticos, plásticos, funcionales y de edificación a los menores costos posibles, logrará para el promotor mayores beneficios económicos, tanto en el desarrollo como en la operación de la instalación turística.

APÉNDICE ESTADÍSTICO

ANEXO Nº. 1
SECRETARIA DE TURISMO
DESARROLLOS CON TIEMPO COMPARTIDO, PROYECTOS ACTIVOS EN VENTA Y SEMANAS VENDIDAS

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997 p/
INDICADORES A NIVEL MUNDIAL												
Turistas en Tiempo Compartido (miles)												
Propietarios (miles)	970	1.125	1.310	1.530	1 800	6.559	7.685	8.886	9.849	10 959	n.d	n d.
Venta de Intervalos (miles)	240	280	330	395	405	2.070	2.363	2 833	3.144	3.350	3.500	n.d.
Ventas (mill. dls. US)	1 610	1 940	2 390	2 970	3 240	440	515	625	560	595	639	n d.
						3 740	4.500	5 625	4 760	5.117	5 300	n.d
DESARROLLOS CON TIEMPO COMPARTIDO												
Total Mundial	1.779	1 822	1 899	2 132	2 357	2.687	3 050	3 250	4.145	4.550	4 570	n.d.
México	154	177	195	223	252	285	316	338	359	372	387	n d
PROYECTOS ACTIVOS EN VENTA												
Total	n.d.	n.d	108	118	107	135	130	113	118	99	142	69
Acapulco, Gro.	n d.	n d	12	13	7	14	13	12	13	9	14	10
Baja California 1/	n d.	n d.	4	6	8	10	10	16	17	12	18	17
Cancún, Q. Roo	n.d	n d	16	18	15	22	23	21	26	25	27	0
Cozumel, Q. Roo	n.d.	n d	3	4	4	4	4	6	5	5	5	0
Ixtapa-Zihuatanejo, Gro	n d.	n d.	10	10	12	13	10	10	10	8	10	6
Manzanillo, Col.	n d.	n.d	8	9	9	9	10	7	5	5	5	5
Mazatlán, Sin.	n.d.	n.d	17	17	14	15	10	8	11	10	12	8
Puerto Vallarta, Jal	n d.	n d.	24	23	21	27	24	20	19	19	23	23
Otros	n.d.	n d.	14	18	17	21	26	13	12	6	28	0
TOTAL DE SEMANAS VENDIDAS												
Total	31.500	47.452	64.000	79.000	89.200	103.400	107.363	85.029	102.138	88.500	91.000	n d
Acapulco, Gro.	n.d	5.805	8.800	8.000	6.400	11.600	16.552	13 615	13.025	7.375	10.306	n d.
Baja California 1/	n.d.	527	600	800	3 600	6.200	6.745	6 065	10.060	12.980	12.522	n d
Cancún, Q. Roo 2/	n.d.	10.767	9 600	20.000	24.000	27 000	28.331	26 590	47 719	39.235	29 706	n.d.
Cozumel, Q. Roo	n.d.	845	1.500	2 200	2.300	2 500	0	3 278	0	0	1.232	n.d.
Ixtapa-Zihuatanejo, Gro	n.d.	2.639	4.500	6.500	10.100	11.200	11 033	7.053	4 266	2.655	1.638	n.d.
Manzanillo, Col.	n.d	3 696	5.000	7 500	7.700	4 500	4 480	2.920	3 503	3.835	3 724	n.d.
Mazatlán, Sin	n.d.	6 333	9.600	8.500	8.300	7 400	8 248	6.193	8.331	6.785	7 791	n.d
Puerto Vallarta, Jal.	n.d.	15.302	21.500	21 500	23.300	27.700	28 812	17.369	12.581	11.505	14.374	n.d
Otros	n d	1.538	2.900	4.000	3 500	5.300	3 162	1.946	2.653	4 130	9.707	n.d

p/ Preliminar
n.d No Disponible.
1/ Incluye B.C. y B.C S.
2/ Para 1992, 1994 y 1995 incluye Cozumel.
3/ Para 1997, la fuente solamente proporcionó la información referente a propietarios de tiempo compartido, semanas vendidas y los proyectos activos en venta en el tiempo y forma solicitado

Fuente Resort Condominium International

ANEXO N°. 1

SECRETARÍA DE TURISMO
ORIGEN DE LOS COMPRADORES

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/ 3/
ORIGEN DE LOS COMPRADORES											
Total	47.500	64.000	79.040	89.200	103.400	107.363	85.029	104.138	88.500	91.000	98.000
Nacionales	22.795	32.704	45.429	51.866	64.987	65.877	48 661	53.738	29.500	30.001	30.714
Extranjeros	24.705	31.296	33.611	37.334	38.413	41.486	36 368	50.400	59.000	60.999	67.286
Acapulco, Gro.	5 805	8.800	8.000	6 400	11.600	16 552	13 615	13.025	7.375	10 306	n d
Nacionales	2 845	5.896	6.320	5 542	10.416	15.349	10 705	12 521	6 195	9 225	n d
Extranjeros	2 960	2.904	1.680	858	1.184	1.203	2 910	504	1 180	1 081	n.d.
Baja California 1/	527	600	800	3 600	6 200	6.745	6.065	10 060	12.980	12.522	n d
Nacionales	5	6	16	313	533	1 186	973	1.290	1 180	159	n.d.
Extranjeros	522	594	784	3.287	5 667	5 559	5.092	8 770	11.800	12.363	n d
Cancún, Q. Roo 2/	10.787	9 600	20.000	24 000	27.000	28 331	26 590	49.719	39 235	29 706	n.d.
Nacionales	1 938	2 016	7.400	8 136	11.880	8 169	11.679	21.485	9 735	6.569	n d
Extranjeros	8.829	7.584	12.600	15 864	15 120	20.162	14 911	28 224	29.500	23 137	n d.
Cozumel, Q. Roo	845	1 500	2 200	2 300	2 500	0	3 278	0	0	1 232	n.d.
Nacionales	110	225	528	616	1 064	0	1.460	0	0	42	n.d
Extranjeros	735	1 275	1 672	1 684	1.436	0	1 818	0	0	1 190	n.d.
Ixtapa-Zihuatanejo, Gro.	2 639	4 500	6 540	10.100	11 200	11 033	7 053	4.266	2 655	1 638	n.d.
Nacionales	1.742	3 060	4.785	8 928	10.036	10.079	6.326	3 762	2.065	1.183	n.d.
Extranjeros	897	1 440	1 755	1 172	1.164	954	727	504	590	455	n d.
Manzanillo, Col.	3 696	5 000	7 500	7 700	4.500	4.480	2 920	3 503	3 835	3.724	n d.
Nacionales	3 474	4 500	6 825	7 438	4.305	4.480	2 920	2 848	3.245	3 525	n d.
Extranjeros	222	500	675	262	195	0	0	655	590	199	n.d.
Mazatlán, Sin.	6.333	9.600	8.500	8.300	7 400	8 248	6.193	8.331	6 785	7 791	n.d.
Nacionales	1.140	2 880	3 485	4 648	3 937	4 348	2.920	4 299	2 065	1 252	n.d.
Extranjeros	5 193	6.720	5 015	3 652	3 463	3 900	3.273	4.032	4 720	6 539	n.d.
Puerto Vallarta, Jal.	15 305	21 500	21 500	23 300	27 700	28.812	17.369	12 581	11 505	14.374	n.d.
Nacionales	10.100	11 395	12.470	12.955	18.282	19.104	9 732	5 374	2.655	2.518	n.d
Extranjeros	5.205	10.105	9.030	10.345	9.418	9 708	7 637	7.207	8 850	11 856	n.d.
Otros	1.583	2.900	4.000	3.500	5 300	3 162	1.946	2.653	4 130	9 707	n.d.
Nacionales	1.441	2.726	3.600	3 290	4.534	3 162	1.946	2 149	2 360	5 528	n.d.
Extranjeros	142	174	400	210	766	0	0	504	1 770	4 179	n.d.

p/ Preliminar
1/ Incluye B.C y B C.S
2/ Para 1992, 1994 y 1995 incluye Cozumel.
3/ Para 1997, la fuente sólo proporcionó el total del origen de los compradores tanto nacionales como extranjeros en el tiempo y forma solicitado
Fuente: Resort Condominium International

SECRETARIA DE TURISMO

LLEGADA DE PASAJEROS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997 p/
TOTAL	14.630 599	14 334.888	13 061 910	15.135.876	16 985.185	18 437 049	21 253 097	22 921.131	26 375 286	22 526 191	23.032.273	25 196 307
Nacionales	11.199.748	10.159 790	8 821 574	10.580 916	11 482 532	12 780.351	15 508.403	15 982 371	18 921 794	15.234 856	14 782 901	16.116.561
Internacionales	3.044 595	3 634.189	3 695.958	3.914.769	4 819.502	5 075 046	5 140.094	5.298.430	5 325 475	5 252 742	6.091.641	6 856 667
Charters	386.256	540 909	544 378	660 191	683 151	581.652	604 600	1 640 330	2 128 017	2.038 593	2 157 731	2 223 079
I. Centros de Playa	3.668.734	4 099 288	3 616.582	3 980 402	4 703 665	5 093 283	5.709 128	5 561 816	5 787 094	5.875.066	6 228 503	6.842.389
Nacionales	2.122 858	2 049.466	1 620 901	1 885 775	2 226.936	2.558.739	3.007 565	2 517 067	2 542.041	2 275 433	2 170 457	2.326.645
Internacionales	1.161.841	1 512 187	1.462.079	1 463 626	1.825 171	1.985.076	2.188 893	1 569 991	1 487 620	1.732.795	2 068.517	2 437 751
Charters	384 035	537 635	533.602	631.001	651 558	549 468	512 670	1 474 758	1.757 433	1 866 838	1 989.529	2.077.993
1) Integralmente Planead	1 228 882	1.478 426	1.261.106	1.509 312	2 137.451	2.464 032	2 879 338	3.007.112	3.063.804	3 369 360	3.637 376	4.072.128
Nacionales	568 537	598.706	460 396	570.977	753 498	945 832	1.124 492	974.902	894 435	905.102	872.796	965.134
Internacionales	479 201	663 336	601 526	670.415	1 049 293	1.189.563	1 415 201	985.760	925.399	1 078 903	1.352.097	1.744.574
Charters	181.144	216 384	199.184	267.920	334 660	328 637	339.645	1.046.450	1 243 970	1 385.355	1.412.483	1 362 420
2) Tradicionales de Playa	2 439 852	2.620 862	2.355.476	2 471.090	2 566 214	2 629 251	2 829.790	2 554.704	2 723 290	2.505.706	2 591 127	2 770 261
Nacionales	1 554 321	1.450,760	1.160 505	1.314.798	1 473.438	1 612 907	1 883 073	1 542 165	1 647.606	1 370 331	1 297.661	1.361.511
Internacionales	682 640	848.851	860 553	793.211	775.878	795.513	773.692	584.231	562 221	653 892	716.420	693 177
Charters	202 891	321 251	334 418	363.081	316.898	220 831	173.025	428.308	513 463	481 483	577.046	715 573
II. Grandes Ciudades	7 500.222	7.191.992	6.795 133	7.902.537	8 624.893	9 330 490	10.523.919	11 792 778	13 578.005	11 200 203	11 466 962	12.630.037
Nacionales	5.676 079	5.130 210	4 600 945	5.481.469	5 723.748	6 374.839	7 772.757	8 181 298	9 880.566	7.814 514	7 629.851	8 521 497
Internacionales	1.822.226	2.059 327	2.186 974	2.394 904	2 878.992	2 935.092	2.685 399	3 480 923	3 547 853	3 247 488	3 694.317	4.021.477
Charters	1 917	2 455	7 214	26 164	22.153	20.559	65 763	130.557	149.586	138 201	142.794	87 063
III. Centros Turísticos del	3.461.643	3.043.608	2 650 195	3 252 937	3 656 627	4.013 276	5.020 050	5 568 537	7 010 187	5 450.922	5.336 808	5.723 881
Nacionales	3 400 811	2.980 114	2.599.728	3 193.672	3.531 848	3.846 773	4 728 081	5.284.006	6 499.187	5 144.909	4.982.593	5 268 419
Internacionales	60 528	62 675	46 905	56 239	115 339	154 878	265 802	247 516	290.002	272.459	328 807	397 439
Charters	304	819	3.562	3 026	9.440	11 625	26 167	35.015	220.998	33 554	25 408	58.023
A) Mundo Maya	1.635.588	1.815.745	1.446 605	1 645 351	2 286 763	2 606 799	3 231.369	3.356.646	3 447 833	3 460 004	3.707.703	4 225.989
Nacionales	939.772	916 076	665 407	767 605	1.016 638	1 226 690	1.577 977	1 516 964	1 569 023	1.363.334	1 491 532	1 654 451
Internacionales	522 842	707.872	616 822	651 403	960 969	1 065 518	1 326 503	894 005	746 445	872 143	998 971	1 374 327
Charters	172 974	191.797	164.376	226.343	309 156	314 591	326.889	945.677	1.132 365	1 224 527	1 217.200	1.197.211
B) Frontera Norte	1.306.011	1 034.957	1 044.892	1 293 605	1.333 281	1 343.987	1.503.305	1 934 671	2 789 600	2 092 025	1.797.247	1.836 762
Nacionales	1.291.819	1.028.837	1.043.631	1.291 865	1.330.426	1 340 877	1 490 072	1.914.759	2.585 429	2 086 795	1 790 139	1.833.464
Internacionales	14.192	6.120	1.261	1.612	2.088	2.269	8 795	11 315	37.973	2 414	274	0
Charters	0	0	0	128	767	841	4.438	8.597	166 198	2 816	6.834	3 298
C) Ciudades Coloniales	7.970.749	7.648.118	7.126.666	8 267.394	9 097.570	9 870.045	11.493.518	12 762 615	14 504 922	11.811.563	12.078 453	13 282 270
Nacionales	6.202.888	5 652.643	5.009.240	5 952.918	6 269.131	6.970.899	8.733 286	9 224 168	10 907.349	8.468 725	8 302 785	9 148 374
Internacionales	1.765.640	1 992.924	2 111.195	2 286.249	2 797.575	2 885.390	2.723 413	3 504 040	3 535 931	3.275.323	3.701 375	4 064 431
Charters	2.221	2 551	6 231	28 227	30.864	13 756	36 819	34 407	61 642	67 515	74 293	69 465

Fuente. Aeropuertos y Servicios Auxiliares Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Nota Los Centros de Playa incluyen a los Integralmente Planeados y a los Tradicionales de Playa Los Integralmente Planeados incluyen Bahías de Huatulco, Oax , Cancun, Q Roo, Ixtapa-Zihuatanejo, Gro , Loreto y Los Cabos B C S Los Tradicionales de Playa incluyen Acapulco, Gro , Cozumel, Q Roo, Guaymas, Son , La Paz, B C S , Manzanillo, Col , Mazatlán, Sin , Puerto Escondido, Oax.; Puerto Vallarta, Jal. y Veracruz, Ver Las Grandes Ciudades incluyen Distrito Federal, Guadalajara, Jal y Monterrey, N L Los Centros Turísticos del Interior incluyen a Aguascalientes, Ags ; Campeche, Camp., Ciudad del Carmen, Camp , Cd Juárez, Chih , Cd Obregón, Son , Cd. Victoria, Tamps., Colima, Col , Cuernavaca, Mor , Culiacán, Sin ; Chetumal, Q Roo; Chihuahua, Chih ; Durango, Dgo , Hermosillo, Son , León, Gto , Los Mochis, Sin , Matamoros, Tamps , Mérida, Yuc , Mexicali, B C , Manatlán, Ver.; Morelia, Mich , Nuevo Laredo, Tamps ; Oaxaca, Oax , Poza Rica, Ver , Puebla, Pue ; Querétaro, Qro , Reynosa, Tamps , San Luis Potosí, S L P , Tampico, Tamps , Tapachula, Chis ; Tepic, Nay , Tijuana, B C ,Toluca, Méx.; Torreón, Coah ; Tuxtla Gutiérrez, Chis , Uruapan, Ver , Villahermosa, Tab y Zacatecas, Zac El Programa Mundo Maya incluye Campeche, Camp ; Cancun y Cozumel, Q. Roo, Mérida, Yuc., Tuxtla Gutiérrez, Chis y Villahermosa, Tab El Programa Frontera Norte incluye Cd Juárez, Chih , Matamoros, Nuevo Laredo y Reynosa, Tamps ; Mexicali y Tijuana B C El Programa Ciudades Coloniales incluye Aguascalientes, Ags , Campeche, Camp , Distrito Federal, Cuernavaca, Mor , Durango, Dgo , Guadalajara, Jal., León, Gto (Bajío), Mérida, Yuc ; Morelia, Mich ; Oaxaca, Oax., Puebla, Pue , Querétaro, Qro , San Luis Potosí, S L P , Toluca, Méx , Tuxtla Gutiérrez, Chis , Veracruz, Ver. y Zacatecas, Zac

Nacionales	508.601	475 659	366.589	369 413	415 681	464 534	508.489	464 824	573 824	421.777	347 617	340 178
Internacionales	229 058	249 930	263.041	241.453	198 335	181 398	176 217	130 727	126 217	179 778	187 208	152 648
Charters	115 573	154 749	141 071	155 546	125 444	83 988	64 703	65 199	68 665	32 320	29.719	79 821
Aguascalientes, Ags.	72 189	71 599	55 538	94.877	104 252	113 223	136 277	157 451	188 820	140.753	130 819	140 372
Nacionales	72.189	71.599	55 538	94 877	104 252	112 947	136 195	155.316	187 661	140 753	130 819	140 178
Internacionales	0	0	0	0	0	276	44	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	0	38	2.135	1 159	0	0	194
Bahías de Huatulco, Oax.		1.134	27 300	75.348	105.472	141.718	173 266	149 344	167 059	147.496	145.016	152 368
Nacionales		793	23 285	58.196	83.495	120.651	157 310	113 612	105 529	103 722	82 665	96 028
Internacionales		330	2.682	10 183	11 409	14.428	6 028	2 302	26.975	0	9 715	4 795
Charters		11	1.333	6 969	10 568	6.639	9 928	33.430	34.555	43 774	52.636	51.545
Campeche ,Camp.	19 985	15 685	9 961	16.007	20.691	23.929	27 303	37.602	25 723	23.293	22.921	25 354
Nacionales	19 985	15 685	9 961	16.007	20.691	23 929	27.280	36 651	21 940	22 834	22.921	25.354
Internacionales	0	0	0	0	0	0	23	234	653	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	0	0	717	3 130	459	0	0
Cancún, Q. Roo.	799.413	971.248	806 596	964 590	1.491 326	1.696.178	2 077 188	2.176 226	2 197.964	2 462.339	2.589.181	2 988.322
Nacionales	236.973	237.555	162.569	221.187	371.153	480.875	609 894	538.123	517 692	518 832	522.740	608 346
Internacionales	398.003	548 759	488.844	529 370	834.099	916 226	1 172.004	759 902	633 911	785 531	917 198	1 278 957
Charters	164.437	184 934	155 183	214.033	286.074	299 077	295 290	878 201	1 046.361	1 157.976	1 149.243	1 101 019
Ciudad del Carmen, Camp.	35 924	29.916	25 194	24.015	27 202	34 196	42 318	57.672	55.796	43.333	51.444	54 204
Nacionales	35 924	29.916	25 194	24.015	27 202	34.127	42.316	53.324	54 156	43 333	51 444	54.204
Internacionales	0	0	0	0	0	69	2	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	0	0	4 348	1.640	0	0	0
Ciudad Juarez, Chih.	137.078	124 734	84.081	113.641	131.359	134 478	162 986	200.000	251.930	208.370	200.869	207.185
Nacionales	137.078	124 697	84 081	113.446	129 840	134 357	162.986	192.999	222 462	208.370	195.516	205.767
Internacionales	0	37	0	67	1 146	121	0	3 216	27 314	0	0	0
Charters	0	0	0	128	373	0	0	3.785	2.154	0	5.353	1.418
Ciudad Obregón, Son.	56.793	48.713	37.761	53.031	62.674	73.968	68.785	62.256	64 253	58.227	67.075	73 018
Nacionales	56.793	48.713	37.761	53.031	62 218	73 952	68.668	62.256	63 456	55.264	63.817	72 000
Internacionales	0	0	0	0	0	14	0	0	757	2 963	3.258	1.018
Charters	0	0	0	0	456	0	117	0	40	0	0	0
Ciudad Victoria, Tamps.	16 625	13.073	6.993	12 075	10.519	11 425	16 360	15.989	20.597	19.498	18 253	20 323
Nacionales	16.625	13.073	6.993	12 075	10.398	11 411	16 273	15 989	20.529	19.358	18.033	20 209
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	121	14	87	0	68	140	220	114
Colima, Col.			8 847	25.165	28 891	25.583	28 354	34.323	42 618	39.728	40.123	45.178
Nacionales			8 830	25 165	28 891	25 583	28 354	34 323	42 593	39.728	40.071	45 070
Internacionales			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charters			17	0	0	0	0	0	25	0	52	108
Cozumel, Q. Roo.	150 791	174 818	130.947	135 539	147.055	169.752	246 660	261.027	256 079	232.560	231.833	250.898
Nacionales	52.798	52 468	33 647	41.468	36 689	59 832	148 065	140 889	116 989	100.275	97.934	102 680
Internacionales	89.696	116 072	89 475	82 940	91 220	95.454	74.244	59.824	61 395	67 847	89.002	88 069
Charters	8 297	6.278	7.825	11 131	19.146	14 466	24 351	60.314	77 695	64.438	64 897	80 149
Cuernavaca, Mor. 1/									8 974	14 554	25.876	39.100
Nacionales									8 974	14 554	25 805	39 100
Internacionales									0	0	0	0
Charters									0	0	71	0

Internacionales	109.836	99.790	83.271	112 803	132 840	167 488	230 468	219.129	242 002	232 392	210.099	238 911
Charters	0	0	0	0	400	921	219 071	205 629	225.588	217.726	194.583	222 459
Chetumal, Q. Roo.	0	3	0	101	640	1 381	11 068	11 993	14.590	13 764	14.945	16 321
Nacionales	21 324	17 795	3 580	712	677	9.466	329	1 507	1 824	902	571	131
Internacionales	21.324	17 795	3.580	712	677	9.218	14 541	31.745	20 025	17 942	19 453	22 731
Charters	0	0	0	0	0	248	12.968	31.745	19 749	17 908	19.453	22 606
Chihuahua, Chih.	0	0	0	0	0	0	645	0	0	31	0	125
Nacionales	155 368	141.853	95.422	122.133	152 530	171 627	928	0	276	3	0	0
Internacionales	155.368	141 267	93.308	121.846	145 707	164.951	185.044	211 607	270.885	206 520	193.965	216 848
Charters	0	586	59	0	5 084	6.493	170 054	198.855	249.486	173 438	173 116	192 574
Distrito Federal	0	0	2 055	287	1.739	183	14 812	12 552	14 360	17.218	19 077	20 813
Nacionales	5.462.165	5 266 145	4 932 064	5 663.807	6 071.027	6.487 484	178	200	7 039	15.864	1 772	3 461
Internacionales	4.038.866	3.685 195	3 300.842	3 883.723	3 916 283	4 347 162	7 486 005	8.134.046	9 560 646	7 984 618	8 192.635	9.039.393
Charters	1.421 382	1.579.153	1.626 831	1.775.477	2.147.140	2 132 916	5.583.700	5 564 859	6 835.691	5.516 719	5.393 516	5 934 836
Durango, Dgo.	1 917	1.797	4.391	4 607	7 604	7.406	1 886 506	2 569.187	2 711.064	2 433 394	2.783 152	3 104 557
Nacionales	68.114	59.565	43 657	61 715	72.133	65.915	15.799	0	13.891	34 505	15.967	0
Internacionales	68.114	59.565	43 657	61 238	72.133	65.905	91 297	129.251	106.405	82 235	81.542	91.159
Charters	0	0	0	0	0	10	90.983	127 369	91 256	74.911	70 562	80 598
Guadalajara, Jal.	0	0	0	477	0	0	167	903	12.392	7 045	10.980	9.933
Nacionales	1.421.592	1.343.214	1 337.454	1.581 575	1 770 635	1 937 775	147	979	2 757	279	0	628
Internacionales	1.112 477	972.322	891 370	1.089.007	1.194.522	1 313 374	2 117 137	2.617.062	2.642.889	2 050 825	1 982 324	2.152.859
Charters	309 115	370 727	445.705	471.345	561.726	624.289	1 459 896	1.860.469	2.003 695	1 404 034	1 275 072	1.475.877
Guaymas, Son.	0	165	379	21 223	14 387	112	648 928	746.124	616 054	624.607	664 778	657.309
Nacionales	42 800	39.466	24.418	38.479	39.043	35 863	8.313	10.469	23.140	22.184	42.474	19 673
Internacionales	23 786	19.545	6.737	14.800	14.830	17.516	39 182	37.610	30.457	28 912	28 589	29.765
Charters	15.136	17.655	15.651	18.907	16 032	12.603	20.330	17 480	11.096	9.556	9.254	12 447
Hermosillo,Son.	3.878	2 266	2 030	4.772	8.181	5.744	11.524	11 918	12.537	13.220	12 541	12 467
Nacionales	164 090	148.267	117.789	167.576	181.800	193.848	7 328	8.212	6.824	6 136	6 794	4.851
Internacionales	153.138	135 338	110.749	152 046	163 505	174.083	259.423	250.276	316.522	295 676	322.881	390.529
Charters	10 952	12.838	7.011	15 530	18 174	19 765	227.773	223 483	290.433	269.992	286 976	339 302
Ixtapa Zihuatanejo, Gro.	0	91	29	0	121	0	31 360	25.443	24 524	25 683	35 673	50.885
Nacionales	255.387	312 240	279.818	278.889	269.741	292 252	290	1.350	1 565	1	232	342
Internacionales	227 970	257.735	201.166	209.250	221.235	252.038	310 261	358.843	314.251	303.096	320 102	324 500
Charters	11.594	26.206	40 812	41.711	33.566	26.913	273.292	258 640	221 410	207.661	186 636	170 804
La Paz, B.C.S.	15.823	28.299	37.840	27 928	14.940	13.301	17 662	25.481	13 779	4.807	15.400	28.070
Nacionales	155.571	143.948	126.367	172.423	169 285	176 995	19.307	74 722	79.062	90.628	118.066	125.626
Internacionales	146.895	128.925	119.518	162.598	158.155	160 548	188.303	156 378	167.470	154.089	178.228	194.099
Charters	8.263	13.251	5.773	9.572	11 130	12.085	174 843	148.545	166 665	138 946	168.609	185.689
León, Gto. (Bajío)	613	1.772	1.076	253	0	4 362	10 480	7.006	348	15 140	9 615	8.409
Nacionales	87.205	79 508	54.121	68.892	115.186	164 154	980	827	457	3	2	1
Internacionales	87 205	79.508	54 121	68 892	93.731	138.045	271 881	302.235	347 807	273 173	287 262	331 353
Charters	0	0	0	0	21.358	21.422	220 706	232.968	281.638	188 900	182 721	196.198
Loreto, B.C.S.	0	0	0	0	97	4.687	48.796	60.638	57 066	76 833	92 999	106 392
Nacionales	22.752	24.445	7.403	8 814	17.641	17.370	2.379	8.629	9 103	7 440	11 542	28.763
Internacionales	16 509	15.300	2 735	2 084	2 499	3.000	22.476	10.605	12 699	14.801	33 653	36.586
Charters	6.183	9 089	4 668	6.730	15 016	14.056	5.923	2 688	2 939	9 532	3.017	4.038
	60	56	0	0	126	314	16.533	7 902	9 747	5 269	28.518	23.014
							20	15	13	0	2.118	9 534

Internacionales	87.085	87 323	70 641	80.260	75.116	89 268	78 073	61 839	46 865	65 355	77 738	85.918
Charters	63.421	78 952	64 520	82.421	155.203	217 940	202 974	190 173	240.987	283 296	381 266	409.738
Los Mochis, Sin.	824	3 084	4.828	18 990	22.952	9 306	15.100	60 082	83.979	92 977	90.420	74.696
Nacionales	59.310	57 316	49 509	61 441	68 801	79 458	109 439	92 319	98 031	79.335	89.173	100 977
Internacionales	59.310	57.289	49 509	61 441	68 434	79 358	108 313	92 319	97.049	79.335	89 038	100 884
Charters	0	15	0	0	367	34	1 113	0	696	0	0	0
Manzanillo, Col.	0	12	0	0	0	66	13	0	286	0	135	93
Nacionales	127.782	143.410	122.893	130 986	133 865	120.072	119.466	100.988	88.311	81.499	95 366	104.753
Internacionales	119 842	116.532	88.444	96.940	100.946	98.498	92.775	72.896	59 004	46 544	49 268	50.828
Charters	991	1.893	11 374	11.070	6.705	5 759	8.870	3.806	0	5.679	12 882	16.743
Matamoros, Tamps	6.949	24 985	23.075	22 976	26 214	15 815	17.821	24 286	29 307	29 276	33 216	37.182
Nacionales	53.782	43 162	30 986	31.884	35.019	37 442	40.497	33 886	46.366	34 673	32.812	36.643
Internacionales	53.782	43.162	30 986	31.884	34.960	37.218	40.470	33.847	46.192	34 673	32 812	36.643
Charters	0	0	0	0	59	0	27	0	0	0	0	0
Mazatlán , Sin.	0	0	0	0	0	224	0	39	174	0	0	0
Nacionales	383.553	403.088	379.458	397 338	429.682	429.359	443.813	372 514	333.580	335.071	376 371	413.449
Internacionales	244.654	219.453	182 630	200 930	238.841	253.794	291 855	213 163	196.340	175.478	182.178	198.763
Charters	122 006	150.473	151.680	140 316	150.379	152 821	138 150	90.303	80 293	83.331	101.256	108.950
Mérida, Yuc.	16.893	33.162	45.148	56 092	40.462	22 744	13.808	69.048	56.947	76 262	92 937	105.736
Nacionales	285.072	303.764	248.351	271 694	325.709	346 741	451 558	427.148	465 234	346 910	364.093	421.512
Internacionales	249 689	260.262	208.480	231 422	287.034	292.792	369.837	353 103	413.130	326.533	348.662	379.033
Charters	35 143	43.041	38 503	39 093	35 161	52 901	77.078	74 045	50.480	18 726	12 771	27.176
Mexicali, B.C.	240	461	1.368	1.179	3.514	1.048	4 643	0	1 624	1.651	2.660	15.303
Nacionales	91 826	76.068	78.089	76.165	100 077	97 701	120 039	120 944	121 983	132 087	121.665	131.776
Internacionales	91 518	76 003	78.089	76.114	99 222	97.689	119 805	120 766	120 351	130.687	121.605	131.658
Charters	308	65	0	51	461	12	165	178	179	0	0	0
Minatitlán, Ver.	0	0	0	0	394	0	69	0	1 453	1 400	60	118
Nacionales	91.499	77 528	78 593	85.044	94.108	100.910	116 675	124 212	144 270	92.839	84.520	84.516
Internacionales	91.323	77 528	78 593	84.396	93.722	100.665	114 821	124 212	144 245	92.839	84.484	84.311
Charters	176	0	0	0	386	245	1.605	0	0	0	0	0
Monterrey, N.L.	0	0	0	648	0	0	249	0	25	0	36	205
Nacionales	616.465	582.633	525.615	657 155	783.231	905 231	920.777	1 041 670	1 374.470	1 164.760	1 292.003	1.437 785
Internacionales	524 736	472.693	408.733	508 739	612 943	714 303	729.161	755 970	1 041.180	893 761	961 263	1 110 784
Charters	91.729	109.447	114.438	148 082	170.126	177 887	149 965	165 612	220.735	189.487	246.387	259 611
Morelia, Mich.	0	493	2 444	334	162	13 041	41.651	120 088	112.555	81.512	84.353	67.390
Nacionales	38 263	38 815	18.638	22.817	26 353	32 751	73.677	128 059	228.812	201.032	205 711	230.182
Internacionales	38 263	38 815	18 638	22 817	24 444	32 509	73 430	128 059	208.286	146 096	127 481	134.404
Charters	0	0	0	0	439	54	68	0	20.526	54 936	78 003	95.598
Nuevo Laredo, Tamps.	0	0	0	0	1 470	188	179	0	0	0	227	180
Nacionales	66.385	48.704	45.203	51.536	46 505	40.768	40 468	35 439	61 491	54 206	52.584	50 636
Internacionales	66 385	48 647	45 035	51 536	46 505	40 511	40 429	35 439	60.730	53 511	51 711	49 470
Charters	0	57	168	0	0	77	23	0	0	0	0	0
Oaxaca, Oax	0	0	0	0	0	180	16	0	761	695	873	1.166
Nacionales	173.165	180.167	159.464	171 156	198 177	234.351	267.124	268 087	275 704	224 486	235 464	212.606
Internacionales	173 101	180.039	159.371	171 136	197.816	234 267	265.883	265 403	274 701	224.424	235.464	212 540
Charters	0	0	0	0	268	84	590	0	340	0	0	0
	64	128	93	20	93	0	651	684	663	62	0	66

Nacionales	6.553	3.999	135	0	396	5 275	21 512	17 196	27 027	15 040	14.837	18 257
Internacionales	0	0	0	0	396	4 607	21 449	17.196	25.571	15 040	14 604	18.069
Charters	0	0	0	0	0	358	0	0	0	0	0	0
Puebla, Pue.					0	310	63	0	1.456	0	233	188
Nacionales	6 689	4 903	20	273	9 067	18.536	37.593	39 822	47 764	20.001	21 625	33 753
Internacionales	6 689	4 903	20	273	9 067	18.450	35 816	39 668	47 717	20 001	21 212	32 069
Charters	0	0	0	0	0	86	44	0	0	0	0	1.637
Puerto Escondido, Oax.					0	0	1.733	154	47	0	413	47
Nacionales	20.636	32.493	29 972	30 019	30.363	26 945	17.529	37.345	37 952	35 506	28.747	26.347
Internacionales	20.636	32.493	29 661	29.866	29 407	26 123	16 460	28.878	36 605	35 207	28 664	26.272
Charters	0	0	0	0	144	0	651	0	259	0	0	0
Puerto Vallarta, Jal.			311	153	812	822	418	8 467	1.088	299	83	75
Nacionales	573 511	696 339	677.278	685 228	723.857	755.534	792.799	727 777	796 645	818 094	901.340	979 373
Internacionales	305 333	298.726	239 993	285.158	327.313	353.106	396 802	267.222	259.926	265 271	229 088	249.601
Charters	217.490	299 574	323.403	288.619	303 604	329 602	352.551	276 832	267 780	280.208	323 792	325 891
Querétaro, Qro. 1/	50.688	98 039	113 882	111 451	92 940	72 826	43 446	183.723	268.939	272 615	348 460	403.881
Nacionales									17 589	20.840	21.910	24 161
Internacionales									17.589	20 840	21.910	24.161
Charters									0	0	0	0
Reynosa, Tamps.									0	0	0	0
Nacionales	61.897	53.108	32.472	29.590	30 155	34 690	36.344	29 424	49 479	29 160	24 935	38 543
Internacionales	61.897	53 108	32 472	29.590	30 155	34 120	35 451	29.424	48 767	29 160	24 935	38 543
Charters	0	0	0	0	0	407	0	0	0	0	0	0
San Luis Potosí, S L.P.	0	0	0	0	0	163	893	0	712	0	0	0
Nacionales	40 213	32.991	22 536	43.838	51.898	70.535	100 329	86 060	83 208	70.739	72 219	82 057
Internacionales	40 213	32 991	22.536	43 838	51 754	70 228	99 650	81 744	78 713	69.714	71.624	81 316
Charters	0	0	0	0	144	120	36	2 657	2 808	633	595	741
Tampico, Tamps.	0	0	0	0	0	187	643	1.659	1.687	392	0	0
Nacionales	155.777	130 656	112.919	127.487	144.016	158.361	210 448	161 235	210 924	145.508	141.784	152 657
Internacionales	155.775	130.656	112 919	127 393	143 987	154 619	201 102	158 726	201 895	145 007	141 775	152 197
Charters	2	0	0	4	29	1 203	6 046	1 209	010	319	0	0
Tapachula, Chis.	0	0	0	00	0	2.479	2.701	1.210	8.419	182	9	460
Nacionales	46.682	43.723	31.708	29.625	34 711	42 583	75 413	92 790	140.934	106 270	97.524	97.112
Internacionales	46 682	43.723	31.708	29 625	34.711	42 497	73.417	92 790	140 934	106 270	97.428	97 112
Charters	0	0	0	0	0	86	1 976	0	0	0	0	0
Tepic, Nay.	0	0	0	0	0	0	20	0	0	0	96	0
Nacionales					9 435	16 199	62.479	60 208	75 043	57 232	60.364	60.090
Internacionales					9 435	16.199	62.369	60 208	75 043	57.232	60.364	60.090
Charters					0	0	0	0	0	0	0	0
Tijuana, B.C.					0	0	110	0	0	0	0	0
Nacionales	895.043	689.181	774 061	990 789	990.166	998 908	1 102 971	1.514 978	2 258 351	1.633 529	1.364.382	1 371 979
Internacionales	881 159	683 220	772.968	989.295	989 744	996 982	1.090.931	1 502 284	2 086 927	1.630.394	1 363.560	1 371.383
Charters	13 884	5.961	1.093	1 494	422	1 652	8.580	7.921	10.480	2.414	274	0
Toluca, Méx.	0	0	0	0	0	274	3.460	4.773	160 944	721	548	596
Nacionales	7.467	3.380	13.559	770	258	304	1 834	1.718	2 882	487	250	565
Internacionales	7.467	3.380	13 559	770	13	0	112	768	1 631	20	0	20
Charters	0	0	0	0	245	299	1	250	742	185	249	545
	0	0	0	0	0	5	1 721	700	509	282	1	0

Nacionales	100 286	93 687	56 924	82 868	94.631	112 874	179 143	170 604	180 561	131 917	130 942	145 963
Internacionales	63	75	71	0	94.362	112 372	176 429	170 604	170 068	127.537	128 683	137 283
Charters	0	0	0	82	269	325	276	0	1.065	1.426	2 259	5 712
Tuxtla Gutiérrez, Chis	103.405	92.609	60.708	62.697	0	177	2.438	0	9.428	2 954	0	2 968
Nacionales	103 405	92 609	60.708	62 697	68.140	85.454	64 081	66 599	41.729	4 355	95 270	102.736
Internacionales	0	0	0	0	67 813	85 314	64 081	66 599	41 729	4 355	95 270	102.736
Charters	0	0	0	0	327	140	0	0	0	0	0	0
Uruapan, Mich.	7.494	4 273	3.321	7 356	0	0	0	0	0	0	0	0
Nacionales	7.494	4.273	3 321	7.356	7.519	5.253	8.289	13 276	9 453	4 418	43 757	11 597
Internacionales	0	0	0	0	7 519	5.253	8.277	13 276	9 453	4 418	43 757	11 597
Charters	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Veracruz, Ver.	131 976	106 962	93.442	114 668	0	0	12	0	0	0	0	0
Nacionales	131.976	106.959	93.286	113 625	155.604	184 811	234 629	200.315	244 090	186.100	186.111	198.930
Internacionales	0	3	156	334	151.576	178.956	233.454	188 268	227.157	177.277	185.049	195.053
Charters	0	0	0	707	329	5 791	1.005	3.815	13.392	8 689	124	0
Villahermosa, Tab.	172.992	166 187	129.560	140 472	3 699	64	170	8 232	3 541	134	938	3 877
Nacionales	172.992	166 063	129.560	140.472	171 252	198.500	232 307	205 837	244 349	223 002	235.984	283.120
Internacionales	0	0	0	0	170.668	198.106	230.119	203.740	242.704	222.994	235 680	282.380
Charters	0	124	0	0	162	394	531	0	6	8	0	0
Zacatecas, Zac.	53 249	48.811	77 153	92.610	422	0	1.657	2.097	1.639	0	304	740
Nacionales	53.249	48.811	77 153	92.596	108.440	104.082	132.793	169 160	216 648	167.162	152 421	156.178
Internacionales	0	0	0	0	78 002	57.021	72.263	122.924	165.841	116.760	94.697	94 901
Charters	0	0	0	14	30 438	47.002	60 127	46 187	50 414	50.275	57 724	60 543
					0	59	403	49	391	127	0	734

1/ A partir del año de 1994 se incorporan a la red aeroportuaria de Aviación Comercial "A"

Fuente. Aeropuertos y Servicios Auxiliares Secretaría de Comunicaciones y Transportes

LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997 p/
TOTAL	190 753	188.173	155.340	180.987	222 992	268 231	351 953	431 570	461 562	434 880	434.893	449.020
Nacionales	150 739	142 456	111 463	127 555	155.515	198 024	276 741	335 017	359 391	338 069	326 430	337 520
Internacionales	37.304	42 076	39 462	47 501	60 393	64 180	65 294	76 401	78.155	72 977	81.015	85.679
Charters	2 710	3.641	4.415	5.931	7 084	6 027	9 918	20 152	24 016	23.634	27.448	25 821
I Centros de Playa	52.542	54.861	48.107	55.804	67 768	74 784	87 426	98 881	89 871	91 698	95.630	99 142
Nacionales	34 401	33 293	26 862	30 342	37 321	44 453	55 686	61 235	53 936	53.980	52 926	54 122
Internacionales	15.502	17 994	17.548	20 351	25 084	26 237	26 367	22 355	18.673	20 660	24 996	28 320
Charters	2 639	3.574	3.697	5.111	5 363	4 094	5 373	15 291	17 262	17 058	17 708	16 700
1) Integralmente Planeados	15.695	17 205	15 399	18 969	28.899	32 205	36 549	39.417	38 709	40.812	45.454	48 949
Nacionales	8.714	8 737	6 931	8 207	12 899	15 762	18 223	18 322	15 974	16 099	16.879	17.905
Internacionales	5 675	6.904	6.949	8.715	13 326	14 106	15 310	11 831	11.411	12 549	16 297	19 964
Charters	1 306	1 564	1 519	2 047	2 674	2 337	3 016	9 264	11.324	12 164	12 278	11 080
2) Tradicionales de Playa	36.847	37.656	32.708	36 835	38 869	42 579	50 877	59.464	51.162	50.886	50 176	50 193
Nacionales	25 687	24.556	19.931	22.135	24 422	28 691	37 463	42 913	37.962	37.881	36.047	36 217
Internacionales	9 827	11 090	10 599	11 636	11.758	12 131	11 057	10.524	7.262	8 111	8 699	8.356
Charters	1.333	2.010	2.178	3 064	2 689	1 757	2 357	6 027	5 938	4 894	5 430	5.620
II Grandes Ciudades	85.462	82 028	69.507	80.544	95 184	113.321	157 111	193 490	215.120	195 217	192.514	199 055
Nacionales	65 532	59.670	48 191	53 964	62 374	79 494	121 956	144 122	162.724	149 240	139 885	146.920
Internacionales	19.889	22 310	20 877	25 948	32 006	32 901	32 852	45.821	48 794	41 563	45.043	45 909
Charters	61	48	439	632	804	926	2 303	3 547	3.602	4.414	7.586	6.226
III. Centros Turísticos del Interi	52.729	51.284	37 726	44.639	60 040	80.126	107 416	139 199	156.571	147 765	146 749	150 823
Nacionales	50 806	49.493	36 410	43 249	55.820	74 077	99 099	129.660	142 731	134.849	133.619	138 478
Internacionales	1 913	1.772	1.037	1 202	3 303	5.042	6 075	8,225	10 688	10 754	10.976	11 450
Charters	10	19	279	188	917	1 007	2 242	1 314	3 152	2.162	2.154	2.895
A) Mundo Maya	23 659	24 760	18 292	21.845	34.620	41 464	52 184	65.595	52.931	50.742	54.807	59.054
Nacionales	15 736	15.301	9.355	11 205	19 523	25 526	33 462	44.217	33 199	29.605	31.811	33.242
Internacionales	6.662	8 037	7.608	8 944	12 631	13 569	14 427	12 775	9 584	10 494	12.153	15 756
Charters	1 261	1 422	1 329	1.696	2.466	2.369	4 275	8 603	10.148	10.643	10.843	10.056
B) Frontera Norte	12 392	11.846	8 277	9 567	11 852	14 770	17 091	22 182	28 698	25 965	26 163	27 762
Nacionales	11.498	11.313	8 171	9 535	11 642	14 317	16 455	20 711	26.000	25 287	25 631	26 894
Internacionales	894	533	106	22	158	307	282	1 371	2 275	347	15	8
Charters	0	0	0	10	52	146	354	100	423	331	517	860
C) Ciudades Coloniales	95.792	91 662	77 531	89.507	108.781	129.851	182 423	230.729	244 056	213 979	210.770	216.704
Nacionales	77.182	70 692	57 532	64.517	76 472	96 419	147 464	180 817	195.187	171 454	163 374	167 896
Internacionales	18 540	20.925	19.918	24 231	31.099	32 795	31 924	46 702	46 916	39 875	42 074	44 434
Charters	70	45	81	759	1.210	637	3 035	3 210	1 953	2 650	5.322	4 374

Fuente Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Nota: Los Centros de Playa incluyen a los integralmente Planeados y a los Tradicionales de Playa Los Integralmente Planeados incluyen Bahías de Huatulco, Oax., Cancun, Q Roo; Ixtapa-Zihuatanejo, Gro.; Loreto y Los Cabos B.C.S. Los Tradicionales de Playa incluyen Acapulco, Gro.; Cozumel, Q Roo, Guaymas, Son , La Paz, B.C.S , Manzanillo, Col , Mazatlán, Sin.; Puerto Escondido, Oax.; Puerto Vallarta, Jal y Veracruz, Ver Las Grandes Ciudades incluyen Distrito Federal, Guadalajara, Jal y Monterrey, N L Los Centros Turísticos del Interior incluyen a Aguascalientes, Ags , Campeche, Camp ; Ciudad del Carmen, Camp , Cd Juárez, Chih ; Cd Obregón, Son ; Cd Victoria, Tamps , Colima, Col ; Cuernavaca, Mor.; Culiacán, Sin ; Chetumal, Q Roo, Chihuahua, Chih , Durango, Dgo , Hermosillo, Son , Leon, Gto ; Los Mochis, Sin , Matamoros, Tamps , Mérida, Yuc , Mexicali, B C , Minatitlán, Ver.; Morelia, Mich ; Nuevo Laredo, Tamps ; Oaxaca, Oax.; Poza Rica, Ver.; Puebla, Pue , Querétaro, Qro , Reynosa, Tamps , San Luis Potosí, S L.P , Tampico, Tamps ; Tapachula, Chis.; Tepic, Nay ; Tijuana, B C.;Toluca, Méx.; Torreón, Coah., Tuxtla Gutiérrez, Chis.; Uruapan, Ver , Villahermosa, Tab. y Zacatecas, Zac El Programa Mundo Maya incluye Campeche, Camp ; Cancún y Cozumel, Q Roo; Merida, Yuc ; Tuxtla Gutiérrez, Chis y Villahermosa, Tab El Programa Frontera Norte incluye Cd Juárez, Chih , Matamoros, Nuevo Laredo y Reynosa, Tamps ; Mexicali y Tijuana, B.C. El Programa Ciudades Coloniales incluye Aguascalientes, Ags , Campeche, Camp., Distrito Federal, Cuernavaca, Mor , Durango, Dgo ; Guadalajara, Jal ; León, Gto. (Bajío), Mérida, Yuc.; Morelia, Mich , Oaxaca, Oax.; Puebla, Pue , Querétaro, Qro , San Luis Potosí, S L.P. ; Toluca, Mex , Tuxtla Gutiérrez, Chis ; Veracruz, Ver y Zacatecas, Zac

LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

Acapulco, Gro.	9 269	9.499	7.945	7 854	8 125	8.006	8 808	8 278	9 282	8 539	7 843	7 494
Nacionales	6.132	5.998	4 760	4 275	4.749	5.446	6 307	6 319	7 252	6 369	5 583	5 344
Internacionales	2 577	2 796	2 531	2 650	2 553	2 140	2 121	1 618	1 357	1 643	1.581	1 430
Charters	560	705	654	929	823	420	380	341	673	527	679	720
Aguascallentes, Ags.	1 250	1.343	1 189	1 445	1 665	2 201	2.701	3 484	3 214	3 770	4 242	4 337
Nacionales	1 250	1.343	1.189	1 445	1 665	2 196	2 688	3 447	3 181	3 770	4.242	4 334
Internacionales	0	0	0	0	0	5	2	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	0	11	37	33	0	0	3
Bahías de Huatulco, Oax		24	351	860	1 251	2.089	2 346	2 083	2 246	2 507	2.427	2 351
Nacionales		17	309	682	1 005	1 883	2 185	1 690	1 573	1 999	1 770	1 705
Internacionales		5	27	92	124	149	66	20	252	0	117	44
Charters		2	15	86	122	57	95	373	421	508	540	602
Campeche ,Camp.	281	212	410	739	532	363	610	553	476	378	368	374
Nacionales	281	212	410	739	532	363	610	521	376	358	366	374
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	3	14	1	2	0
Charters	0	0	0	0	0	0	0	29	86	19	0	0
Cancún, Q. Roo.	8.749	9 941	8 762	10.535	19 113	21 182	25.364	28 361	25 819	28.079	30 456	33 658
Nacionales	3 274	3.154	2.100	2 458	7.205	9 097	11 269	11 997	9.212	9 551	9.983	11.041
Internacionales	4.321	5 469	5 473	6.531	9 723	10.011	11.521	8.872	7.553	8 992	10.757	14.140
Charters	1.154	1 318	1 189	1.546	2 185	2.074	2 574	7.492	9.054	9.536	9.716	8.477
Ciudad del Carmen, Camp.	395	300	242	411	704	846	983	2.003	1.596	1 175	1 124	1 009
Nacionales	395	300	242	411	704	844	983	1.620	1 448	1 175	1 099	1.009
Internacionales	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	25	0
Charters	0	0	0	0	0	0	0	383	148	0	0	0
Ciudad Juarez, Chih.	2.009	2 086	1 113	1 174	1 819	1 563	2.256	4 115	4.670	4 982	4 874	5 029
Nacionales	2.009	2.085	1 113	1 153	1.675	1 558	2 256	3 840	4 460	4 950	4.792	4.842
Internacionales	0	1	0	12	120	1	0	214	161	0	0	0
Charters	0	0	0	9	24	4	0	61	49	32	82	187
Ciudad Obregón, Son.	1 812	1 822	1 277	1.271	1 464	2 020	1 815	2 126	3 777	3 928	4 043	3.185
Nacionales	1.812	1.822	1 277	1.271	1.393	2 019	1 814	2 126	3 518	3 928	3 849	2 966
Internacionales	0	0	0	0	0	1	0	0	257	0	194	219
Charters	0	0	0	0	71	0	1	0	2	0	0	0
Ciudad Victoria, Tamps.	436	548	297	409	489	530	655	660	1 049	1 460	1.112	1.101
Nacionales	436	548	297	409	488	519	647	660	1 034	1 454	1 098	1 097
Internacionales	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	1	10	8	0	15	6	14	4
Colima, Col.			461	706	714	702	704	1 309	1 413	1 368	1.343	1.301
Nacionales			460	706	714	702	704	1 309	1 411	1 368	1.342	1.299
Internacionales			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charters			1	0	0	0	0	0	2	0	1	2
Cozumel, Q. Roo.	2.724	3 074	2 340	2 789	2 796	3 876	6.976	9.031	6.079	5 451	5.851	5.891
Nacionales	908	1.165	784	1 041	675	1 809	4 879	6 654	4 630	4 020	4 355	4 355
Internacionales	1 716	1 816	1 434	1 618	1 912	1.844	867	1 791	783	857	952	874
Charters	100	93	122	130	209	223	1 230	586	668	574	544	662
Cuernavaca, Mor. 1/									407	457	464	914
Nacionales									402	453	454	914
Internacionales									0	0	0	0
Charters									5	4	10	0

LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

Culiacán, Sin.	1 706	1 647	1.871	2 266	2 889	4 744	6.542	8 512	7 750	8 658	8 074	9 052
Nacionales	1 706	1.643	1 871	2 253	2 807	4 588	6 226	8 132	7 288	8 162	7 394	8 682
Internacionales	0	0	0	0	2	24	270	362	344	384	359	367
Charters	0	4	0	13	80	132	46	18	118	112	321	3
Chetumal, Q. Roo.	361	362	82	30	32	366	462	1 425	463	385	319	663
Nacionales	361	361	82	30	32	310	318	1 425	459	349	319	585
Internacionales	0	0	0	0	0	56	84	0	0	28	0	78
Charters	0	1	0	0	0	0	60	0	4	8	0	0
Chihuahua, Chih.	3 116	3.174	2 196	2.647	3 630	4 287	4 733	6.668	9 837	11 971	11 127	11 272
Nacionales	3 111	3.084	1 927	2 630	3.011	3 642	3 974	5 801	7 792	8 937	8.798	8 966
Internacionales	5	90	12	0	481	638	739	861	1 477	2 846	2 265	2 216
Charters	0	0	257	17	138	7	20	6	568	188	64	90
Distrito Federal	55.965	54 173	47 191	54.345	61 189	68 701	100 889	107 836	132 550	113 832	110 296	114 283
Nacionales	42 125	38 214	32 201	36 438	39 356	46 660	78,177	77 534	97 861	84 313	78 610	82.152
Internacionales	13 781	15 933	14.936	17 847	21 720	21.848	22 092	30.302	34 472	28 942	30 022	32 131
Charters	59	26	54	60	113	193	620	0	217	577	1.664	0
Durango, Dgo.	1.613	1.594	881	916	1.314	1 456	3.275	4 418	4 134	3 513	3 536	3 630
Nacionales	1 613	1.594	881	879	1 314	1.455	3 237	4 394	3.869	3 391	3 332	3.428
Internacionales	0	0	0	0	0	1	15	11	228	115	204	189
Charters	0	0	0	37	0	0	23	13	37	7	0	13
Guadalajara, Jal.	21 011	19.521	16 257	18 567	23.600	28.758	36 677	64 824	50.307	48 215	47.558	47.762
Nacionales	16 877	15 286	11.971	12 442	15 961	21.292	28,955	51 081	41 954	40 199	37.001	37 386
Internacionales	4.132	4 230	4 278	5 580	7 138	7.447	6.638	11.765	8 145	7.174	8 217	7 927
Charters	2	5	8	545	501	19	1 084	1 978	208	842	2.340	2 449
Guaymas, Son.	1 150	1 046	506	840	825	795	791	884	1 012	1.409	1 172	1 485
Nacionales	722	658	196	366	376	365	360	365	470	906	582	757
Internacionales	371	354	279	415	372	371	356	364	470	438	516	673
Charters	57	34	31	59	77	59	75	135	72	65	74	55
Hermosillo,Son.	3 630	3 753	2 366	3 047	3 273	4.115	5.988	6.747	10.770	12 898	13 845	13.257
Nacionales	3.254	3.368	2.156	2 673	2.899	3.662	5 217	5.569	8 345	9.356	10.016	9.696
Internacionales	375	384	208	374	373	453	730	903	1.889	3 064	3 797	3 557
Charters	1	1	2	0	1	0	41	275	536	478	32	4
Ixtapa Zihuatanejo. Gro.	3.043	3 524	3 617	3.643	3.195	3.325	3.712	3 700	5 089	4 082	4 163	4 193
Nacionales	2 780	3 047	2.945	2 946	2 695	2 981	3 317	2 896	3 982	3 145	2 866	2.730
Internacionales	122	259	399	470	353	242	211	133	139	48	173	326
Charters	141	218	273	227	147	102	184	671	968	889	1 124	1 137
La Paz ,B .C .S	4 513	4 490	3.849	4 799	4.811	4 435	4 500	5 420	5 404	6 197	6 559	7.007
Nacionales	4.240	4 103	3 611	4 406	4 426	3 981	4 067	5 055	5 371	5.853	6 182	6.646
Internacionales	266	368	225	382	385	408	417	350	16	341	310	273
Charters	7	19	13	11	0	46	16	15	17	3	67	88
León, Gto. (Bajío)	1 592	1 675	1.284	1 206	1.833	3 020	6 265	8 332	10 451	7 269	6 754	7.016
Nacionales	1.592	1 675	1 284	1 206	1 610	2 458	5 570	7 300	9 184	6 046	5.427	5 379
Internacionales	0	0	0	0	217	322	599	892	1 048	1 140	1.189	1 438
Charters	0	0	0	0	6	240	96	140	219	83	138	199
Loreto , B.C.S	766	674	202	410	624	803	1.008	747	748	666	1 295	1 253
Nacionales	585	506	111	210	280	420	508	369	364	493	714	735
Internacionales	179	166	91	200	360	365	499	363	363	173	555	405
Charters	2	2	0	0	4	18	1	15	21	0	26	113

LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

Los Cabos, B.C.S	3 137	3.042	2 467	3 521	4.716	4 806	4.119	4 526	4.807	5 478	7 113	7 494
Nacionales	2 075	2 013	1 466	1.911	1 734	1 381	944	1 370	843	911	1 546	1 694
Internacionales	1 053	1 005	959	1 422	2 766	3 339	3.013	2 443	3 104	3 336	4 695	5 049
Charters	9	24	42	188	216	86	162	713	860	1 231	872	751
Los Mochis, Sin.	2.031	2 055	2 155	2 246	2 228	2 705	3 412	4 127	4 277	4 408	5 224	5 148
Nacionales	2.031	2 053	2 155	2 246	2 219	2 677	3 399	4 127	4 265	4 408	5 222	5 143
Internacionales	0	1	0	0	9	2	10	0	0	0	0	0
Charters	0	1	0	0	0	26	3	0	12	0	2	5
Manzanillo, Col	2 249	2.306	1 857	1 945	1 916	1 550	1.922	2 343	2 022	2 943	3.218	2 764
Nacionales	2 164	2.030	1.410	1 500	1 623	1 352	1 635	1 815	1 721	2 501	2 571	2 130
Internacionales	10	58	264	259	95	75	97	325	0	152	373	377
Charters	75	218	193	186	198	123	190	203	301	290	274	257
Matamoros, Tamps.	711	661	414	367	369	584	668	472	682	878	780	1 083
Nacionales	711	661	414	366	368	541	667	471	679	877	780	1.083
Internacionales	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	1	0	43	0	1	3	1	0	0
Mazatlán , Sin	7 648	7 389	6.898	8.099	8 425	9 226	10.607	16 062	8 840	9 509	8 643	8.585
Nacionales	5 352	4 771	4 172	4 600	5 143	6.039	7.574	11 292	6 499	7 153	6 199	6 140
Internacionales	2.109	2 311	2 312	2 737	2 656	2.923	2 922	2.499	1 209	1 296	1 268	1.279
Charters	187	307	414	762	626	264	111	2.271	1 132	1.060	1 176	1.166
Mérida , Yuc.	5 483	5.418	3 575	4.315	6 643	7 811	9.990	15.195	9 660	8.127	7 742	8.140
Nacionales	4 852	4.657	2.856	3 500	5 582	6.132	7.787	13 025	8.254	7 007	6.753	6'566
Internacionales	624	752	701	795	991	1 607	1.839	2 108	1 234	615	416	664
Charters	7	9	18	20	70	72	364	62	172	505	573	910
Mexicali, B.C.	814	828	541	520	793	780	1.601	1 731	2 016	1.588	2 043	2 494
Nacionales	811	826	541	518	745	777	1.589	1 597	1.756	1.588	2 042	2.488
Internacionales	3	2	0	2	20	3	8	134	239	0	0	0
Charters	0	0	0	0	28	0	4	0	21	20	1	6
Minatitlán, Ver.	940	751	708	918	1 936	2 321	2 492	2.995	2.882	2 186	1 299	1.078
Nacionales	937	751	708	916	1.925	2 316	2 341	2 995	2.879	2 135	1.297	1.075
Internacionales	3	0	0	0	9	5	126	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	2	2	0	25	0	3	51	2	3
Monterrey, N.L.	8 506	8.334	6.059	7.632	10 395	15.862	19 545	20 830	32 263	33 170	34.680	37.010
Nacionales	6 530	6.170	4.019	5 084	7 057	11 542	14.824	15 507	22.909	24.728	24.274	27.382
Internacionales	1 976	2 147	1.663	2.521	3 148	3 606	4 122	3 754	6.177	5.447	6 804	5 851
Charters	0	17	377	27	190	714	599	1.569	3 177	2 995	3 582	3.777
Morelia, Mich.	639	684	535	703	1 365	2 361	3 239	4 003	6.440	5 914	6.080	5.960
Nacionales	639	684	535	703	1 022	2.320	3.205	4 003	6 217	5 263	5 147	4.880
Internacionales	0	0	0	0	70	2	2	0	223	651	927	1 077
Charters	0	0	0	0	273	39	32	0	0	0	6	3
Nuevo Laredo, Tamps.	677	566	356	463	463	522	451	382	724	726	738	701
Nacionales	677	565	355	463	463	520	448	382	714	716	717	679
Internacionales	0	1	1	0	0	1	2	0	0	0	0	8
Charters	0	0	0	0	0	1	1	0	10	10	21	14
Oaxaca, Oax.	2.908	2 775	2.123	2 704	2 948	4 269	4.081	4.282	4 875	4 280	4 959	4 965
Nacionales	2 906	2 773	2.122	2 699	2 939	4.268	4.055	4.274	4 839	4 279	4 959	4 965
Internacionales	0	0	0	0	5	1	14	0	11	0	0	0
Charters	2	2	1	5	2	0	12	8	25	1	0	0

MOVIMIENTO DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

Poza Rica, Ver.	240	204	3	0	148	476	1 200	957	1.298	829	664	784
Nacionales	240	204	3	0	148	461	1 197	957	1 198	829	662	780
Internacionales	0	0	0	0	0	11	0	0	45	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	4	3	0	55	0	2	4
Puebla, Pue.	144	142	1	48	301	467	932	1.029	1 604	1 379	930	1 229
Nacionales	144	142	1	48	300	465	907	1 026	1 581	1 379	921	1 195
Internacionales	0	0	0	0	1	2	1	0	0	0	0	29
Charters	0	0	0	0	0	0	24	3	23	0	9	5
Puerto Escondido, Oax	188	258	293	265	333	616	327	799	874	870	968	646
Nacionales	188	258	290	263	316	604	315	664	845	867	966	644
Internacionales	0	0	0	0	3	0	8	0	0	0	0	0
Charters	0	0	3	2	14	12	4	135	29	3	2	2
Puerto Vallarta, Jal	7.677	8.620	8 063	8.799	8 994	10 489	11 459	10 734	11.373	11 066	12 042	12 203
Nacionales	4 555	4 612	3.764	4 276	4 506	5 632	6 869	5 701	5 676	5 731	5 868	6.161
Internacionales	2.775	3 377	3 551	3 571	3 772	4 257	4 244	3 479	3 220	3 243	3 698	3 450
Charters	347	631	748	952	716	600	346	1 554	2 477	2 092	2 476	2 592
Querétaro, Qro. 1/									1 509	2.067	2 341	2.029
Nacionales									1 509	2 067	2 341	2 029
Internacionales									0	0	0	0
Charters									0	0	0	0
Reynosa, Tamps	841	822	422	381	396	660	627	391	747	405	339	710
Nacionales	840	822	422	381	395	632	611	391	739	405	339	710
Internacionales	1	0	0	0	1	6	0	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	22	16	0	8	0	0	0
San Luis Potosí, S.L.P	645	516	378	1.064	1 561	2 698	4.366	5 086	5 178	5 297	5.596	5.682
Nacionales	645	516	378	1.064	1 560	2 666	4 283	4.823	4.917	5 239	5 551	5.628
Internacionales	0	0	0	0	1	2	0	210	239	43	45	54
Charters	0	0	0	0	0	30	83	53	22	15	0	0
Tampico, Tamps.	1.717	1 253	923	1 520	2 027	4 031	6 657	6.604	6 833	5 497	4 323	4.578
Nacionales	1.713	1 246	914	1 505	1.997	3 684	5 945	6.378	6.572	5 402	4 314	4.564
Internacionales	4	7	9	6	30	117	541	190	118	93	0	4
Charters	0	0	0	9	0	230	171	36	143	2	9	10
Tapachula, Chis	717	738	443	465	572	722	1 192	1 451	1 960	1 729	1 432	1 475
Nacionales	716	738	443	465	572	721	1 095	1 451	1.960	1.727	1.424	1.475
Internacionales	1	0	0	0	0	1	96	0	0	1	1	0
Charters	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	7	0
Tepic, Nay.					855	695	2 250	2 495	2 518	1 968	1 983	2.360
Nacionales					855	695	2 240	2 495	2 518	1 968	1 831	2 360
Internacionales					0	0	0	0	0	0	152	0
Charters					0	0	10	0	0	0	0	0
Tijuana, B.C.	7 340	6.883	5 431	6 662	8 012	10 661	11 488	15.091	19.859	17.386	17 389	17.745
Nacionales	6 450	6 354	5.326	6 654	7 996	10 289	10 884	14 030	17.652	16 771	16.961	17 092
Internacionales	890	529	105	8	16	296	271	1 023	1 875	347	15	0
Charters	0	0	0	0	0	76	333	38	332	268	413	653
Toluca, Méx.	472	384	1.173	362	971	1 062	821	1.073	1 628	762	643	698
Nacionales	472	384	1.173	310	52	9	6	482	1 000	67	0	0
Internacionales	0	0	0	5	700	1 037	154	494	299	379	199	0
Charters	0	0	0	47	219	16	661	97	329	316	444	698

LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DEL PAÍS

Torreón, Coah.	2 325	2 510	1 254	1 513	1 774	2 719	5 452	7 974	9 386	10 639	9 752	9 833
Nacionales	2 318	2 505	1 253	1 497	1 766	2 664	5 322	7 974	9 047	10 232	9 418	9 152
Internacionales	7	5	1	0	8	18	9	0	191	373	334	625
Charters	0	0	0	16	0	37	121	0	148	34	0	56
Tuxtla Gutiérrez, Chis.	1 606	1 518	601	468	544	1.388	720	1 001	816	109	1 980	1.983
Nacionales	1 606	1 518	601	468	541	1.359	718	1 001	816	109	1 980	1 983
Internacionales	0	0	0	0	3	29	1	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Uruapan, Mich.	181	130	198	380	421	361	531	2 253	1 079	362	351	563
Nacionales	181	130	198	380	421	361	524	2 253	1 079	362	351	563
Internacionales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charters	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0
Veracruz ,Ver,	1 429	974	947	1 445	2 644	3 586	5 487	5.933	6 276	4 902	3 880	4 118
Nacionales	1.426	961	944	1.408	2 608	3 463	5 457	5 048	5 498	4 481	3 741	4 040
Internacionales	3	10	3	4	10	113	25	98	207	141	1	0
Charters	0	3	0	33	26	10	5	787	571	280	138	78
Villahermosa, Tab.	3 343	3 197	1 837	2.093	3 684	4 910	5 887	6 575	6 062	5 309	5 535	5 861
Nacionales	3.343	3.196	1 837	2 093	3 680	4 891	5 823	6 523	6 044	5 309	5 532	5 854
Internacionales	0	0	0	0	2	19	19	1	0	0	0	0
Charters	0	1	0	0	2	0	45	51	18	0	3	7
Zacatecas, Zac.	754	733	986	1 180	1 673	1 710	2 370	3 680	4.531	3 708	3 401	3.584
Nacionales	754	733	986	1.168	1 430	1 313	1.809	2 858	3 729	3 033	2 549	2 643
Internacionales	0	0	0	0	243	379	542	819	796	674	852	925
Charters	0	0	0	12	0	18	19	3	6	1	0	16

p/ Preliminar

1/ A partir del año de 1994 se incorporan a la red aeroportuaria de Aviación Comercial "A"

Fuente: Aeropuertos y Servicios Auxiliares. Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Turismo Egresivo	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/
	DÓLARES															
Por Lugar de Destino	314,1	396 8	294,9	228,8	240,5	243,3	251,1	272,1	329,7	399,9	448,1	450,2	444,5	433,6	366,3	276,3	297,5	329,2
Estados Unidos	236,3	305,6	236,2	192,3	200,9	199 3	206,8	234 2	280,3	341,2	380,9	389,2	385,6	368,8	316,7	211,1	210,7	254,6
Canadá	849,0	743,8	782,8	488,2	676,6	629,3	757,4	764,4	821,0	1 148,7	1 282,1	1 035,0	928,1	1 161,4	1 005,5	698,2	868,0	925,2
América Central	323,2	337,4	429,6	344,9	392,4	351,5	355,4	333,9	359,9	493,3	590,0	677,0	643,2	548,4	412,2	378,6	385,6	506,3
América del Sur	1 014,5	719,9	668,6	653,5	540,5	627,5	646,7	826,1	795,2	1 001,7	1.045,9	953,2	920,0	946,8	860,7	631,3	894,9	790,1
Europa	1 459,3	1 689,2	1 374,5	976,1	1 016,3	1 050,5	1 147,6	995,1	1 286,4	1 396,9	1 611,4	1.459,7	1 430,4	1 476,8	1 555,9	1 526,2	1.894,0	1 610,3
Asia	1,185,0	1 742,2	1.437,1	910,7	1 511,9	1 632,9	1 233,8	1 228,0	1 242,4	1 822,8	1 767,7	1 493,9	1.434,3	1 904,8	1 927,2	1 389,6	2 204,1	2 084,3
Otros	814,9	755,4	623,5	697,5	300,9	507,5	364,7	437,2	603,0	976,8	868,9	1 178,4	1 005,7	1 246,5	1 258,0	876,8	1.062,3	959,6
Por Vía de Salida y Lugar de Destino																		
Vía Aérea con Destino en:	667,3	769,0	628,2	568,3	562,3	560,2	562,3	528,9	663,5	870,4	946,9	902,8	826,1	818,6	717,0	627,8	707,0	716,3
Estados Unidos	485,0	552,4	486,8	498,7	482,5	462,3	457,3	440,8	553,8	772,2	828,5	793,9	710,0	677,5	542,3	459,7	478,7	536,4
Canadá	849,0	743,8	782,8	488,2	676,6	829,3	757,4	764,4	821,0	1 148,7	1.282,1	1 035,0	928,1	1 161,4	1.005,5	698,2	868,0	925,2
América Central	353,4	359,7	480,7	400,5	407,2	391,2	378,6	357,1	386,1	509,7	608,6	712,2	681,9	588,2	429,4	398,8	393,8	506,3
América del Sur	1 014,5	719,9	668,6	653,5	540,5	627,5	646,7	626,1	795,2	1 001,7	1 045,9	953,2	920,0	946,8	860,7	631,3	694,9	790,1
Europa	1 459,3	1 689,2	1 374,5	976,1	1 016,3	1 050,5	1 147,6	995,1	1 286,4	1 396,9	1 611,4	1.459,7	1 430,4	1 476,8	1 555,9	1 526,2	1.894,0	1 610,3
Asia	1.185,0	1.742,2	1 437,1	910,7	1.511,9	1.632,9	1 233,8	1 228,0	1 242,4	1.822,8	1 767,7	1.493,9	1 434,3	1 904,8	1.927,2	1 389,6	2.204,1	2 084,3
Otros	814,9	755,4	623,5	697,5	300,9	507,5	364,7	437,2	602,9	976,8	868,9	1.178,3	1 005,7	1 246,5	1 258,0	876,8	1.013,1	959,6
Vía Terrestre con Destino en:	171,4	227,2	158,5	110,0	124,2	125,7	138,5	175,3	199,8	209,7	240,0	263,3	282,6	269,0	242,5	136,2	127,1	163,9
Estados Unidos	171,5	227,3	158,7	110,1	124,0	125,4	138,3	175,4	199,9	209,8	239,9	263,0	282,0	269,0	242,7	136,3	126,5	163,9
Canadá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América Central	143,0	200,1	108,1	86,2	233,9	204,1	216,0	90,1	103,8	167,1	303,2	396,3	450,1	260,5	49,9	43,9	178,0	-
América del Sur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Europa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Por Motivo del Viaje																		
Placer	342,6	487,2	357,6	240,1	250,5	296,8	264,5	310,4	393,1	491,5	605,1	609,5	590,3	642,0	565,0	479,1	585,8	634,6
Negocios	689,6	755,3	642,5	563,6	673,7	587,7	650,4	530,8	671,5	768,1	951,9	808,9	740,9	887,1	755,4	625,2	860,7	775,9
Estudio	648,6	831,2	559,0	339,4	436,0	851,7	638,5	447,9	1 044,3	1 695,5	1 222,7	1 759,3	1 396,7	1.468,8	1 181,6	928,7	1.300,0	976,4
Visita a Familiares	159,0	192,3	121,9	113,4	119,8	121,3	121,6	156,4	163,6	182,1	182,2	211,1	278,0	271,5	239,6	129,9	122,2	158,5
Visita a Amistades	179,6	207,1	154,1	116,0	146,2	109,3	183,5	151,3	214,1	289,0	292,8	352,8	442,4	385,3	357,0	141,7	152,7	233,6
Atención Médica	313,3	347,6	307,1	303,1	265,8	235,9	488,1	441,7	446,3	704,0	587,3	638,6	606,2	452,4	396,5	191,5	262,9	257,1
Compras	194,0	203,2	210,1	136,2	147,1	133,7	198,6	185,4	285,9	325,6	402,3	408,0	322,3	279,3	277,0	187,2	189,2	213,7
Otros	506,9	307,5	204,3	192,6	289,8	382,3	441,1	551,6	539,0	639,0	857,4	903,3	850,1	339,5	545,3	414,4	421,5	344,4
Por Vía de Salida y Motivo del Viaje																		
Vía Aérea por:	667,3	769,0	628,2	568,3	562,3	560,2	562,3	528,9	663,5	870,4	946,9	902,8	826,1	818,6	719,0	627,8	707,0	716,3
Placer	668,3	777,7	629,5	561,5	508,4	536,2	510,4	534,0	669,5	898,9	933,2	904,2	810,4	879,9	777,8	726,3	737,4	748,4
Negocios	719,1	819,0	681,0	622,4	699,4	593,3	663,1	550,3	699,8	790,2	1 029,5	847,7	904,0	969,9	848,3	796,7	953,2	889,4
Estudio	783,8	903,1	731,0	677,7	584,4	1 385,5	689,6	755,0	1.100,8	1.808,1	1 520,4	2.043,8	1.617,1	1 563,8	1 204,6	1 077,4	1 781,3	1.034,1
Visita a Familiares	560,7	609,9	407,8	368,0	443,6	473,7	348,4	339,3	389,7	649,3	655,8	613,7	579,7	450,4	415,7	270,9	275,8	332,0
Visita a Amistades	409,4	606,8	464,1	348,4	442,6	469,4	374,9	345,9	416,7	814,6	730,4	663,1	912,2	841,8	648,9	340,1	300,7	411,2
Atención Médica	517,7	658,1	725,9	765,4	612,1	566,8	828,8	896,3	887,0	1.152,5	1 181,8	1 573,9	1.138,6	831,8	866,8	493,4	1.110,4	866,0
Compras	360,2	489,0	506,5	959,3	515,6	488,7	515,9	553,3	733,9	958,2	1.199,1	1 543,6	1.194,6	1 173,5	777,1	36,0	441,2	820,7
Otros	824,3	825,9	610,4	433,6	555,1	596,2	441,1	536,1	643,8	660,4	900,2	954,9	901,5	444,9	578,0	584,4	453,0	819,2
Vía Terrestre por:	171,4	227,2	158,5	110,0	124,2	125,7	138,5	175,3	199,8	209,7	240,0	263,3	282,6	269,0	242,5	136,2	127,1	163,9
Placer	193,9	290,6	211,6	116,5	132,9	161,6	182,4	211,1	245,2	249,3	327,3	371,5	345,4	358,8	297,5	204,8	229,7	247,5
Negocios	258,1	278,5	157,0	132,2	189,8	172,9	283,7	198,6	266,4	395,9	452,8	493,4	317,7	453,0	328,0	177,4	218,4	273,5
Estudio	485,0	699,0	257,3	222,9	31,1	187,6	194,6	175,1	105,2	449,7	257,0	379,0	314,8	325,3	822,4	147,7	205,6	310,0
Visita a Familiares	125,2	146,6	96,5	92,1	92,2	98,2	107,5	137,0	146,5	148,9	139,4	169,0	252,0	246,0	217,0	107,6	102,3	140,7
Visita a Amistades	151,2	148,9	113,1	94,5	107,4	77,5	141,0	118,7	167,3	196,2	238,8	273,0	328,3	253,0	254,6	105,2	129,3	196,5
Atención Médica	235,7	244,4	176,3	169,1	200,7	153,2	189,3	219,1	287,9	430,6	291,6	294,8	406,2	361,6	284,5	144,4	184,8	197,4
Compras	187,5	198,6	197,2	124,3	139,2	132,8	194,5	178,3	266,6	287,7	374,3	334,1	256,1	212,0	270,3	188,1	186,4	204,5
Otros	313,5	164,2	112,7	53,3	237,9	25,7	-	999,1	355,5	82,5	299,9	331,5	290,0	125,9	166,9	90,2	381,3	194,9
Gasto Medio Diario (Dólares)	46,6	56,8	45,1	35 2	35,2	34,3	34,2	37,1	42,5	49,9	60,4	62,6	56,4	53,9	49,2	39,0	36,2	42,75
Permanencia Promedio (Días)	6,7	7,0	6,4	6,5	6,3	7,1	7,3	7,3	7,8	8,0	7,4	7,2	7,9	8,0	7,9	7,1	8,2	7,7
Pasajes Internacionales (Millones de Dólares)	n d	n d	n d	n d	n d	n d	n d	n d	300	389,0	473,0	514,0	525,0	492,0	542,0	378,0	n d	

p/ Preliminar

n d No Disponible.

Fuente Banco de México

ANEXO Nº. 4

SECRETARÍA DE TURISMO

VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR

	Unidades	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/
VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR													
NUMERO DE PERSONAS													
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Miles	79 093,5	76.906,7	81.072,2	85.715,9	98 851,2	100.024,9	114 035,0	115.178,8	114 097,0	103 160	103.442	107 242
Turistas Internacionales	Miles	6.389,5	5.264,7	7 965,2	7.316,9	7.357,2	7 712,9	11 226,0	10 184,8	12 029,0	8.450	9.001	8 910
Turismo Egresivo	Miles	2 469,5	2.881,7	3.351,2	3 862,9	4.321,2	4.172,9	4.678,0	4.777,8	5.047,0	3 702	4 437	4 838
Turismo Fronterizo	Miles	3 920,0	2.383,0	4 614,0	3.454,0	3 036,0	3.540,0	6 548,0	5.407,0	6.982,0	4.748	4.564	4.072
Excursionistas Internacionales	Miles	72.704,0	71.642,0	73 107,0	78 399,0	91 494,0	92 312,0	102 809,0	104.994,0	102.068,0	94 710	94 441	98 332
Excursionistas Fronterizos	Miles	72.704,0	71.642,0	73.107,0	78.399,0	91 494,0	92 312,0	102 809,0	104 994,0	102 068,0	94.710	94.441	98.332
GASTO													
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Millones de Dólares	2.177,2	2.365,2	3.200,8	4 247,4	5.518,7	5 812,4	6.107,4	5.561,8	5.338,0	3 171	3 367	3 892
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	787,2	888,2	1.322,8	1 749,8	2 171,5	2.149,5	2.541,6	2.416,6	2.445,0	1 240	1 536	1 821
Turismo Egresivo	Millones de Dólares	620,2	784,2	1 104,8	1.544,8	1.936,5	1.878,5	2 079,4	2 071,9	1 950,0	1.023	1.320	1.593
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	167,0	104,0	218,0	205,0	235,0	271,0	462,2	344,7	495,0	217	216	228
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1.390,0	1 477,0	1.878,0	2.497,6	3 347,2	3.662,9	3 565,8	3.145,2	2.893,0	1.930	1.851	2.071
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1.390,0	1.477,0	1 878,0	2 497,6	3.347,2	3.662,9	3 565,8	3 145,2	2.893,0	1.930	1 851	2 071
GASTO MEDIO													
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Dólares	27,5	30,8	39,5	49,6	55,8	58,1	53,6	48,3	46,8	30,7	32,7	36,3
Turistas Internacionales	Dólares	123,2	168,7	166,1	239,1	295,1	278,7	226,4	237,3	203,3	146,8	170,7	204,4
Turismo Egresivo	Dólares	251,1	272,1	329,7	399,9	448,1	450,2	444,5	433,6	386,4	276,4	297,5	329,3
Turismo Fronterizo	Dólares	42,6	43,6	47,2	59,4	77,4	76,6	70,6	63,8	70,9	45,7	47,4	56,0
Excursionistas Internacionales	Dólares	19,1	20,6	25,7	31,9	36,6	39,7	34,7	30,0	28,3	20,4	19,6	21,1
Excursionistas Fronterizos	Dólares	19,1	20,6	25,7	31,9	36,6	39,7	34,7	30,0	28,3	20,4	19,6	21,1
VISITANTES FRONTERIZOS													
NUMERO DE PERSONAS													
Visitantes Fronterizos	Miles	76.724,0	74 025,0	77.720,0	81 853,0	94.530,0	95.852,0	109 357,0	110.401,0	109 050,0	99 458	99 005	102 404
Peatones	Miles	n d.	18.861,0	21 512,0	21.951,0	25.131,0	25 230,0	27.114,0	26.422,0	25 132,0	21 620	22 587	23 631
Automovilistas	Miles	n.d.	55.164,0	56 208,0	59 902,0	69 399,0	70 622,0	82 243,0	83 979,0	83.918,0	77.838	76.418	78 773
GASTO													
Visitantes Fronterizos	Millones de Dólares	1.557,0	1.581,5	2 096,0	2 702,6	3 582,2	3.933,9	4.028,0	3.489,9	3.388,0	2.147	2.067	2.299
Peatones	Millones de Dólares	n.d.	302,5	456,0	566,0	778,5	813,9	789,0	660,4	601,0	359	379	427
Automovilistas	Millones de Dólares	n d	1 279,0	1.640,0	2 136,6	2.803,7	3.120,0	3 239,0	2 829,5	2.787,0	1.789	1.688	1 872

n.d No Disponible

Fuente: Banco de Mexico

p/ Preliminar.

	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/
Turismo Egresivo	NÚMERO DE PERSONAS (MILES)														
Por Lugar de Destino	1 970,7	2 697,1	2 730,5	2.469,5	2 881,7	3 351,2	3 862,9	4 321,2	4 172,9	4.678,0	4 777,8	5 047,3	3 703,1	4 436,8	4 838,2
Estados Unidos	1.845,5	2 516,0	2 540,0	2 303,2	2 684,2	3 116,1	3 586,9	4 004,7	3 866,3	4 324,2	4 417,1	4 668,0	3 440,6	4 113,2	4 462,0
Canadá	6,4	9,3	9,6	8,5	10,3	12,2	14,4	16,5	15,8	18,0	18,6	19,9	13,7	16,9	18,8
América Central	26,1	34,4	41,2	33,6	37,9	45,4	51,2	59,5	60,2	73,2	71,5	70,3	49,1	59,4	63,6
América del Sur	10,9	15,8	16,3	14,5	17,4	20,7	24,6	28,1	26,9	30,7	31,8	33,8	23,3	28,8	32,0
Europa	67,8	98,8	102,0	90,8	108,9	129,5	153,4	175,6	168,3	191,6	197,5	211,0	145,7	181,0	199,8
Asia	4,4	6 4	6,6	5,9	7,1	8,4	10,0	11,4	11,0	12,5	12,9	13,8	9,5	11,7	13,0
Otros	9,8	14,3	14,8	13,1	15,8	18,8	22,2	25,4	24,4	27,8	28,6	30,6	21,1	25,7	28,9
Por Vía de Salida y Lugar de Destino															
Vía Aérea con Destino en:	510,9	715,9	739,0	656,4	789,3	938,6	1 112,0	1 272,3	1 219,3	1 388,5	1 431,3	1.529,2	1 055,6	1.304,1	1.447,8
Estados Unidos	390,3	539,8	557,2	495,0	595,2	707,8	838,4	959,4	919,4	1 046,9	1.079,2	1 153,1	796,0	983,3	1 091,7
Canadá	6,4	9,3	9,6	8,5	10,3	12,2	14,4	16,5	15,8	18,0	18,6	19,9	13,7	16,9	18,8
América Central	21,5	31,4	32,4	28,8	34,7	41,2	48,8	55,8	53,5	60,9	62,8	67,1	46,3	57,2	63,6
América del Sur	10,9	15,8	18,3	14,5	17,4	20,7	24,6	28,1	26,9	30,7	31,6	33,8	23,3	28,8	32,0
Europa	67,6	98,8	102,0	90,6	108,9	129,5	153,4	175,6	168,3	191,6	197,5	211,0	145,7	181,0	199,8
Asia	4,4	6,4	6,6	5,9	7,1	8,4	10,0	11,4	11,0	12,5	12,9	13,8	9,5	11,7	13,0
Otros	9,8	14,3	14,8	13,1	15,8	18,8	22,2	25,4	24,4	27,8	28,6	30,6	21,1	25,1	28,9
Vía Terrestre con Destino en:	1.459,8	1 981,1	1.991,5	1.813,0	2 092,4	2.412,6	2 750,9	3 048,9	2 953,6	3 289,5	3.346,5	3 518,1	2 647,4	3 132,7	3 390,3
Estados Unidos	1.455,2	1 978,2	1 982,8	1 808,2	2 089,1	2 408,3	2 748,5	3 045,3	2 946,9	3 277,3	3 337,9	3 514,9	2.644,8	3 129,9	3 390,3
Canadá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América Central	4,6	2,9	8,8	4,8	3,3	4,2	2,4	3,6	6,7	12,2	8,7	3,2	2,8	2,2	-
América del Sur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Europa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Por Motivo del Viaje														0,6	-
Placer	934,8	1 285,7	1 073,3	1 048,6	1.274,9	1 311,5	1 605,3	1 435,1	1 529,5	1 713,9	1.240,3	1 350,1	761,1	758,0	947,7
Negocios	185,0	221,6	244,5	223,2	238,5	331,2	321,0	381,9	255,8	222,0	385,8	333,4	377,5	467,0	462,8
Estudio	22,4	10,0	15,2	24,2	23,4	19,9	29,5	31,2	21,5	30,8	48,1	46,2	37,4	30,4	44,7
Visita a Familiares	568,9	729,3	1.015,7	927,4	926,2	1 237,7	1 316,9	1 595,7	1 561,2	2 052,7	2 595,7	2 467,2	1 758,4	2.525,4	2 611,4
Visita a Amistades	70,8	80,4	70,5	52,9	75,4	83,4	145,5	204,8	173,4	141,3	72,0	71,0	179,0	219,8	202,2
Atención Médica	84,9	109,9	150,2	58,2	77,1	85,7	64,8	128,8	122,4	95,4	84,9	88,2	101,1	64,9	87,7
Compras	68,6	218,5	156,1	116,4	234,3	254,6	354,1	491,3	458,8	358,9	327,1	551,6	385,8	349,6	466,6
Otros	35,3	43,7	5,0	18,6	31,8	27,0	25,8	52,5	50,4	63,0	24,0	139,7	102,7	21,6	15,0
Por Vía de Salida y Motivo del Viaje															
Vía Aérea por:	510,9	715,9	739,0	656,4	789,3	938,6	1 112,0	1 272,3	1 219,3	1 388,5	1 431,3	1 529,2	1.055,6	1 304,1	1.447,8
Placer	259,6	402,8	387,5	307,7	392,3	457,2	598,5	658,1	683,3	902,7	874,0	758,2	400,3	531,7	732,4
Negocios	162,8	210,4	241,2	215,7	225,3	309,6	303,0	330,5	227,6	160,2	308,1	273,9	273,0	408,3	377,5
Estudio	5,7	7,3	8,4	21,7	11,0	18,8	27,0	23,9	17,9	25,6	44,5	43,4	31,5	21,1	41,1
Visita a Familiares	43,8	57,2	62,5	54,5	88,8	86,9	92,2	132,1	147,8	162,8	323,9	280,0	239,7	289,4	243,4
Visita a Amistades	6,0	9,3	5,7	9,6	11,4	15,7	21,8	22,5	35,5	28,0	24,5	18,4	27,9	30,0	34,9
Atención Médica	19,1	17,4	30,1	27,2	25,3	22,7	24,5	39,9	32,9	26,1	16,4	19,3	13,7	5,5	7,8
Compras	1,0	4,5	0,5	1,5	4,5	10,8	20,0	18,7	28,0	25,3	22,9	7,3	2,3	3,8	7,0
Otros	12,9	7,2	3,1	18,6	30,8	17,2	24,9	48,7	46,3	57,7	16,1	128,6	67,4	14,2	3,8
Vía Terrestre por:	1 459,8	1.981,2	1 991,5	#¡VALOR!	2 092,4	2 412,5	2 751,0	3 048,9	2.953,7	3 289,5	3 346,5	3.518,1	2 647,4	3.132,7	3 390,3
Placer	675,2	882,9	685,8	740,9	882,6	854,3	1 006,8	777,1	846,2	811,2	566,3	591,8	360,8	226,3	215,4
Negocios	22,2	11,2	3,3	7,5	13,3	21,6	18,0	51,4	28,0	61,8	76,7	59,5	104,5	58,8	85,3
Estudio	16,6	2,7	6,8	2,5	12,4	1,1	2,4	7,4	3,7	5,2	3,7	2,8	6,0	9,3	3,6
Visita a Familiares	525,1	672,2	953,2	872,9	837,4	1.150,8	1 224,7	1 463,6	1 413,4	1 889,9	2 271,8	2 187,2	1 518,7	2 236,0	2 367,9
Visita a Amistades	64,8	71,1	64,8	43,3	64,0	67,7	123,7	182,3	137,9	113,3	47,5	52,6	151,1	189,8	167,3
Atención Médica	65,8	92,5	120,1	31,0	51,7	63,1	40,2	88,9	89,5	69,3	68,5	68,9	87,5	59,5	79,9
Compras	67,6	212,0	155,6	114,9	229,8	244,1	334,2	474,6	430,8	333,6	304,2	544,2	383,5	345,7	459,6
Otros	22,4	36,6	1,9	-	1,1	9,8	1,0	3,7	4,2	5,3	7,9	11,1	35,3	7,4	11,4

Fuente, Banco de México

p/ Preliminar

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/
Turismo Egresivo						MILLONES DE DOLARES											
Por Lugar de Destino	1.571,1	787,7	450,9	648,6	664,3	620,2	784,2	1 104,8	1 544,8	1 936,5	1 878,5	2 079,4	2 071,9	1 949,6	1 023,3	1 320,1	1 592,8
Estados Unidos	1.090,4	584,6	354,8	505,8	506,2	476,4	628,8	873,5	1 224,0	1 525,5	1 504,9	1 667,5	1.629,2	1.478,2	726,4	866,5	1141,3
Canadá	11,4	7,9	3,1	6,3	8,0	6,5	7,8	10,0	16,6	21,2	16,4	16,7	21,6	20,0	9,6	14,7	17,4
América Central	26,7	17,0	9,0	13,5	14,5	11,9	12,7	16,3	25,3	35,1	40,8	47,1	39,2	29,0	18,6	22,9	32,2
América del Sur	27,8	11,5	7,1	8,6	10,2	9,4	10,9	16,5	24,6	29,4	25,7	28,2	29,8	29,1	14,7	20,0	25,3
Europa	370,6	147,1	66,0	100,4	107,1	104,0	108,4	166,6	214,3	282,9	245,6	274,1	291,7	328,3	222,3	342,7	321,7
Asia	26,6	10,0	4,0	9,7	10,9	7,3	8,7	10,5	18,2	20,2	18,4	17,9	24,5	26,5	13,2	25,8	27,1
Otros	17,6	9,7	6,8	4,3	7,5	4,8	6,9	11,3	21,7	22,1	26,7	27,9	35,7	38,5	18,5	27,3	27,8
Por Vía de Salida y Lugar de Destino																	
Vía Aérea con Destino en:	953,4	487,1	290,4	402,6	414,0	369,1	417,5	622,8	967,8	1 204,7	1 100,8	1.149,7	1 171,6	1 096,5	662,7	922,0	1 037,1
Estados Unidos	474,9	284,6	194,6	260,5	257,6	226,3	262,3	392,0	647,4	764,8	729,9	743,3	731,2	625,3	365,9	470,7	585,5
Canadá	11,4	7,9	3,1	6,3	8,0	6,5	7,8	10,0	16,6	21,2	16,4	16,7	21,6	20,0	9,6	14,7	17,4
América Central	24,5	16,4	8,6	12,8	12,7	10,9	12,4	15,9	24,9	34,0	38,1	41,6	37,0	28,8	18,5	22,5	32,2
América del Sur	27,8	11,5	7,1	8,6	10,2	9,4	10,9	16,5	24,6	29,4	25,7	28,2	29,9	29,1	14,7	20,0	25,3
Europa	370,6	147,1	66,0	100,4	107,1	104,0	108,4	166,6	214,3	282,9	245,6	274,1	291,7	328,3	222,3	342,7	321,7
Asia	26,6	10,0	4,0	9,7	10,9	7,3	8,7	10,5	18,2	20,2	16,4	17,9	24,5	26,5	13,2	25,8	27,1
Otros	17,6	9,7	6,8	4,3	7,5	4,8	6,9	11,3	21,7	22,1	26,7	27,9	35,7	38,5	18,5	25,4	27,8
Vía Terrestre con Destino en:	617,7	300,5	160,6	246,0	250,4	251,1	366,7	482,0	577,0	731,8	777,7	929,7	900,3	853,1	380,6	398,1	555,7
Estados Unidos	615,5	300,0	160,2	245,3	248,6	250,0	366,4	481,5	576,6	730,7	775,1	924,2	898,0	852,9	360,5	395,8	555,7
Canadá	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
América Central	2,2	0,6	0,4	0,7	1,8	1,0	0,3	0,4	0,4	1,1	2,7	5,5	2,3	0,2	0,1	0,4	-
América del Sur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Europa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Por Motivo del Viaje								0,0	-	-	0,0	-	-	0,0	-	1,9	-
Placer	990,8	435,5	224,5	322,1	318,6	277,4	395,8	515,6	789,0	868,4	932,2	1 011,8	796,3	762,8	384,6	444,1	601,4
Negocios	206,0	145,0	104,3	149,3	143,7	145,2	128,6	222,4	246,6	363,5	206,8	184,5	334,5	251,9	236,0	402,0	359,1
Estudio	20,8	11,3	7,6	4,3	12,9	15,5	10,5	20,8	50,0	38,2	37,9	43,1	70,7	54,6	34,8	39,5	43,6
Visita a Familiares	155,4	90,3	64,5	87,3	123,2	112,8	144,9	202,5	239,8	290,7	329,5	570,8	704,7	591,0	228,4	308,5	414,0
Visita a Amistades	31,8	15,5	8,2	11,8	7,7	9,7	11,4	17,9	42,1	60,0	61,2	62,5	27,7	25,3	25,4	33,6	47,2
Atención Médica	56,7	43,5	25,7	29,2	35,4	28,4	34,1	38,3	45,8	73,1	78,2	57,8	38,4	35,0	19,4	17,1	22,6
Compras	87,3	28,3	9,3	31,8	20,9	23,1	43,4	72,8	115,3	197,6	187,2	115,7	91,3	152,8	72,2	66,2	89,7
Otros	22,5	18,4	6,8	12,7	1,9	8,2	17,8	14,6	16,5	45,0	45,6	53,6	8,2	76,2	42,6	9,1	5,2
Por Vía de Salida y Motivo del Viaje																	
Vía Aérea por:	953,4	487,1	290,4	402,6	414,0	369,1	417,5	622,8	967,8	1 204,7	1.100,8	1 149,7	1 171,6	1 099,5	662,7	922,0	1 037,1
Placer	638,2	267,9	145,8	204,8	207,8	157,0	209,5	306,1	538,0	614,1	617,8	731,6	593,1	589,7	290,7	392,1	548,1
Negocios	197,0	142,4	101,4	147,1	143,1	143,0	124,0	216,7	239,5	340,3	192,9	144,8	299,8	232,4	217,5	389,2	335,7
Estudio	14,6	9,4	3,9	4,3	11,7	15,0	8,3	20,7	48,9	36,3	36,5	41,4	69,5	52,3	33,9	37,6	42,5
Visita a Familiares	48,5	24,7	16,1	25,4	29,6	19,0	30,1	33,9	58,9	86,6	90,7	94,4	145,9	118,4	64,9	79,8	80,8
Visita a Amistades	11,9	5,5	2,1	4,1	2,7	3,6	3,9	6,5	17,8	16,4	23,5	25,6	15,7	12,0	9,5	9,0	14,4
Atención Médica	26,8	24,4	14,6	10,7	17,0	22,5	22,7	20,1	28,3	47,2	51,8	29,7	13,6	16,7	6,7	6,1	6,8
Compras	3,4	2,8	0,9	2,3	0,2	0,8	2,5	7,7	19,1	20,0	43,3	30,3	26,8	5,7	0,1	1,7	5,8
Otros	13,1	10,1	5,8	4,0	1,9	8,2	16,5	11,1	16,4	43,9	44,2	52,0	7,2	74,4	39,4	6,4	2,9
Vía Terrestre por:	617,7	300,5	160,6	248,0	250,4	251,1	368,7	482,0	577,0	731,8	777,7	929,7	900,3	853,1	380,6	398,1	555,7
Placer	352,4	167,7	78,7	117,3	110,8	120,3	186,3	209,4	251,0	254,3	314,3	280,2	203,2	176,0	73,9	52,0	53,3
Negocios	8,9	2,6	2,9	2,1	0,6	2,1	2,6	5,8	7,1	23,3	13,8	19,6	34,7	19,5	18,5	12,8	23,3
Estudio	6,2	1,9	3,7	0,1	1,3	0,5	2,2	0,1	1,1	1,9	1,4	1,6	1,2	2,3	0,9	1,9	1,1
Visita a Familiares	106,9	65,7	48,4	62,0	93,6	93,8	114,8	168,6	179,9	204,1	238,9	476,2	558,8	474,7	163,4	228,7	333,1
Visita a Amistades	20,0	10,1	6,1	7,6	5,0	6,1	7,5	11,3	24,3	43,5	37,7	37,0	12,0	13,4	15,9	24,5	32,9
Atención Médica	29,9	19,0	11,1	18,6	18,4	5,9	11,3	18,2	17,3	25,8	26,4	28,2	24,8	18,2	12,6	11,0	15,6
Compras	84,0	25,4	8,4	29,5	20,6	22,4	41,0	65,1	98,2	177,7	143,9	85,4	64,5	147,1	72,1	64,5	94,0
Otros	9,4	8,3	1,2	8,7	0,0	-	1,1	3,5	0,1	1,1	1,4	1,5	1,0	1,9	3,2	2,7	2,2

Fuente: Banco de México

p/ Preliminar

SISTEMA NACIONAL DE CAPACITACION TURISTICA

ENTIDAD FEDERATIVA	1991		1992		1993		1994		1995		1996		1997	
	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados	Cursos Impartidos	Trabajadores Capacitados
Total	679	16.443	578	12.080	-	-	280	10.122	2.027	76.167	730	36.633	728	28.470
Cobertura Nacional	1	50	0	0			0	0	0	0	1	20	0	0
Aguascalientes	0	0	3	36			4	69	4	147	1	20	0	0
Baja California	25	647	12	179			11	237	159	14.668	41	767	82	1 614
Baja California Sur	0	0	2	29			7	106	44	1.497	24	678	25	946
Campeche	11	294	5	70			15	570	214	6.435	9	2.246	18	1.139
Coahuila	6	102	0	0			1	40	0	0	1	60	0	0
Colima	14	281	10	160			4	82	27	692	4	556	25	1.172
Chiapas	52	1.190	79	1 717			13	197	49	1 604	8	768	52	1.567
Chihuahua	2	26	5	90			3	157	8	155	8	238	3	48
Distrito Federal	130	2.957	109	2 329			14	486	113	3 666	195	7.001	84	3 085
Durango	12	193	0	0			4	226	5	198	9	291	0	0
Guanajuato	52	1.384	36	804			15	481	55	1.316	21	1.697	19	468
Guerrero	49	1 316	73	1.772			16	547	79	5.825	26	3.029	52	2 424
Hidalgo	9	178	17	322			18	1 297	16	274	10	772	1	123
Jalisco	16	416	0	0			25	774	43	2.027	10	2.312	91	2.275
México	32	802	30	841			5	200	100	2 813	30	814	3	1.979
Michoacán	26	788	2	48			4	66	584	15.989	47	1.597	39	1 336
Morelos	0	0	0	0			13	316	34	913	40	1.322	0	0
Nayarit	6	199	0	0			3	84	34	1 068	0	0	0	0
Nuevo León	0	0	0	0			1	15	4	121	8	230	1	23
Oaxaca	10	235	13	219			17	767	118	5 095	115	5 778	84	3 941
Puebla	39	944	38	666			12	1.229	64	1.747	16	819	5	276
Querétaro	0	0	0	0			8	206	26	454	11	685	0	0
Quintana Roo	20	515	15	314			15	604	12	813	13	429	28	1 997
San Luis Potosí	2	39	38	628			3	57	23	1.629	3	54	13	439
Sinaloa	34	736	30	642			1	19	27	1 252	24	835	1	7
Sonora	5	70	0	0			0	0	23	744	16	358	6	148
Tabasco	16	397	14	236			6	148	57	1.540	0	0	0	0
Tamaulipas	25	732	22	467			4	83	15	430	28	590	58	2 384
Tlaxcala	12	346	7	116			5	41	22	926	4	97	1	63
Veracruz	43	958	18	395			17	708	40	1 332	6	2 199	0	0
Yucatán	11	261	0	0			2	35	5	366	0	0	7	228
Zacatecas	19	387	0	0			14	295	23	431	1	371	30	808

NOTA. Los datos de 1993 no son disponibles.

Fuente. Dirección General de Capacitación Turística (1991-1995), Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística (1997), Secretaría de Turismo.

SECRETARÍA DE TURISMO
CENTROS OFICIALES Y PRIVADOS DE ENSEÑANZA TURÍSTICA EN MÉXICO 1997 p/

ENTIDAD FEDERATIVA	TOTAL	BÁSICO	MEDIO	SUPERIOR	SUBTOTAL	P R I V A D O S			
						BÁSICO	MEDIO	SUPERIOR	SUBTOTAL
Total	520	51	172	33	256	14	118	132	264
Aguascalientes	7	3	2	1	6	0	0	1	1
Baja California	11	3	6	1	10	0	1	0	1
Baja California Sur	14	1	12	1	14	0	0	0	0
Campeche	4	0	2	0	2	0	0	2	2
Chiapas	11	2	4	2	8	0	3	0	3
Chihuahua	8	1	2	2	5	0	1	2	3
Coahuila	7	2	1	3	6	0	0	1	1
Colima	7	1	3	2	6	0	0	1	1
Distrito Federal	83	6	14	1	21	5	26	31	62
Durango	2	0	0	0	0	0	1	1	2
Estado de México	35	0	5	3	8	0	15	12	27
Guanajuato	10	1	3	0	4	0	1	5	6
Guerrero	14	1	8	2	11	0	1	2	3
Hidalgo	8	2	0	0	2	0	3	3	6
Jalisco	41	3	8	0	11	2	18	10	30
Michoacán	13	4	4	1	9	1	3	0	4
Morelos	14	1	3	1	5	2	4	3	9
Nayarit	6	0	5	1	6	0	0	0	0
Nuevo León	10	0	2	0	2	0	5	3	8
Oaxaca	28	3	19	1	23	0	3	2	5
Puebla	32	1	1	0	2	1	7	22	30
Querétaro	5	1	2	0	3	0	0	2	2
Quintana Roo	15	3	6	1	10	1	3	1	5
San Luis Potosí	13	2	6	1	9	0	0	4	4
Sinaloa	20	2	10	2	14	0	2	4	6
Sonora	13	1	9	3	13	0	0	0	0
Tabasco	16	0	13	0	13	0	2	1	3
Tamaulipas	14	2	4	1	7	1	1	5	7
Tlaxcala	12	0	4	0	4	0	6	2	8
Veracruz	25	1	7	2	10	1	7	7	15
Yucatán	17	3	4	1	8	0	5	4	9
Zacatecas	5	1	3	0	4	0	0	1	1

p/ Preliminar.
Fuente: Guía Oficial de Instituciones de Educación Turística, Secretaría de Turismo

ANEXO 5
SECRETARÍA DE TURISMO
CENTROS DE ENSEÑANZA TURÍSTICA EN LA REPUBLICA MEXICANA

ENTIDADES	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/
Total	186	199	208	223	250	289	288	285	483	548	393	534	520
Aguascalientes	1	2	2	2	2	3	3	2	8	8	5	7	7
Baja California	6	6	5	5	5	5	5	5	8	15	8	14	11
Baja California Sur	4	4	4	4	5	5	6	6	9	12	12	15	14
Campeche	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4
Chiapas	5	4	4	4	6	8	4	4	9	12	13	12	11
Chihuahua	4	4	5	6	7	7	4	6	8	9	6	9	8
Coahuila	2	2	2	2	3	4	7	7	12	8	5	7	7
Colima	4	4	4	4	4	4	8	7	7	8	6	8	7
Distrito Federal	48	54	52	53	55	62	61	70	94	103	49	93	83
Durango	0	0	1	1	1	2	2	1	3	2	1	1	2
Estado de México	11	15	17	18	19	25	23	20	33	37	13	35	35
Guanajuato	5	5	7	7	7	8	22	9	9	11	11	12	10
Guerrero	8	10	10	10	11	12	8	13	18	19	19	19	14
Hidalgo	0	0	0	2	2	2	14	1	8	9	6	19	8
Jalisco	14	15	18	17	18	22	2	21	43	40	37	34	41
Michoacán	6	7	7	7	7	10	9	9	14	14	9	11	13
Morelos	7	6	6	6	6	10	9	11	16	12	12	13	14
Nayarit	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	4	4	6
Nuevo León	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	8	11	10
Oaxaca	4	4	4	5	6	9	9	9	19	32	17	25	28
Puebla	3	4	8	8	9	9	8	8	15	30	27	32	32
Querétaro	3	3	3	3	6	6	5	4	7	7	7	6	5
Quintana Roo	7	7	6	7	7	8	8	7	14	15	14	15	15
San Luis Potosí	1	2	2	3	6	6	6	6	12	14	11	12	13
Sinaloa	6	6	4	6	7	8	8	6	11	17	13	17	20
Sonora	5	4	4	4	6	6	6	6	9	9	6	9	13
Tabasco	2	1	2	3	4	4	5	5	17	17	19	17	16
Tamaulipas	7	7	7	7	8	9	8	8	11	12	4	14	14
Tlaxcala	0	1	1	3	4	4	5	2	13	12	7	12	12
Veracruz	4	5	4	6	6	8	10	10	22	26	20	24	25
Yucatán	7	6	7	8	10	10	10	11	16	18	15	17	17
Zacatecas	2	1	1	1	2	2	2	2	3	5	4	6	5

p/ Preliminar.

Fuente: Guía Oficial de Instituciones de Educación Turística, Secretaría de Turismo

Anexo 6
MEXICO. BALANZA DE PAGOS 1999
(millones de dólares)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999							
Cuenta Corriente */	-29,662	-1,578	-2,330	-7,448	-15,786	Ene	Feb	Mar	1er.Tr.	Abr	May	Jun	2do. Tr.
Balanza Comercial	-18,464	7,089	6,531	624	-7,742	-542 9	-284.2	-324.4	-1,152	-357	-219	-352	-928
Exportaciones Totales	60,882	79,542	95,999	110,431	117,500	8728.3	9652.4	11674 8	30,056	10589	11102	12000	33,691
-Petroleras	7,445	8,423	11,654	11,323	7,147	461 2	450.5	617 1	1,549	679	726	727	2,132
-No petroleras	53,437	71,119	84,346	99,108	110,354	8247.1	9201 8	11057 7	28,507	9910	10376	11273	31,560
-Manufactureras	50,402	66,558	80,305	94,803	105,933	7793 1	8642.6	10425 5	26,861	9450	9923	10866	30,240
-Extractivas	357	545	449	477	466	26 9	33.8	37.3	98	37	34	43	114
-Agropecuarias	2,678	4,016	3,592	3,827	3,955	427.1	525.4	594.9	1,547	424	420	363	1,206
Importaciones Totales	79,346	72,453	89,469	109,807	125,242	9271 2	9936 6	11999.2	31,207	10946	11321	12352	34,619
-B de consumo	9,510	5,335	6,657	9,325	11,109	890 1	776 3	976.2	2,443	908	893	1011	2,812
-B intermedios	56,514	58,421	71,890	85,365	96,805	7244 0	7719 1	9224 6	24,188	8452	8828	9548	26,827
-B de capital	13,322	8,697	10,922	15,117	17,329	1337 1	1441 2	1798 4	4,577	1586	1600	1794	4,980
Servicios no Factoriales	-1,968	694	548	-530	-559				197				-324
Servicios Factoriales	-13,012	-13,321	-13,940	-12,790	-13,497				-3602				-3229
Transferencias	3,782	3,960	4,531	5,248	6,012				1362				1647
Cuenta de Capital	14,584	15,652	3,603	15,763	16,230				3,439				2,056
Inversión Extranjera	19,155	58	21,689	17,867	11,531				5,333				7,408
Directa	10,973	9,773	7,535	12,830	10,238				2,844				2,625
De cartera	8,182	-9,715	14,154	5,037	1,293				2,489				4,783

Signo negativo implica déficit

México. Balanza de Pagos (En millones de dólares)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999							
nta Corriente */	-29,662	-1,578	-2,330	-7,448	-15,786	Jul	Ago	Sep	3er.Tr	Oct	Nov p/	Dic	4to.Tr
anza Comercial	-18,464	7,089	6,531	624	-7,742	-185	-405	-451 0	-1002 0	-627 0	-691.0		
portaciones	60,882	79,542	95,999	110,431	117,500	10231	12322	11740 0	35273 0	12304.0	13008 0		
troleras	7,445	8,423	11,654	11,323	7,147	866	985	1051	2900.0	1037 0	1130		
petroleras	53,437	71,119	84,346	99,108	110,354	9365	11337	10689 0	32373 0	11267 0	11878 0		
anufactureras	50,402	66,558	80,305	94,803	105,933	9118	11097	10480 0	31689 0	11024.0	11545.0		
tractivos	357	545	449	477	466	40	43	5476	16601.0				
gropecuarias	2,678	4,016	3,592	3,827	3,955	207	196	5005	15088.0				
portaciones	79,346	72,453	89,469	109,807	125,242	10416	12727	12191 0	36275 0	12931.0	13699 0		
de consumo	9,510	5,335	6,657	9,325	11,109	852	954	1061	2965.0	1192.0	1215		
ntermedios	56,514	58,421	71,890	85,365	96,805	8046	9996	9316 0	26043 0	9878.0	10641.0		
de capital	13,322	8,697	10,922	15,117	17,329	1517	1776	1814	5266.0	1862.0	1843		
cios no Factoriales	-1,968	694	548	-530	-559				3503.0				
cios Factoriales	-13,012	-13,321	-13,940	-12,790	-13,497				1173.1				
ferencias	3,782	3,960	4,531	5,248	6,012				0.7618				
de Capital	14,584	15,652	3,603	15,763	16,230								
n Extranjera	19,155	58	21,689	17,867	11,531								
a	10,973	9,773	7,535	12,830	10,238				2704				
tera	8,182	-9,715	14,154	5,037	1,293								

negativo implica déficit

ENTE: Grupo de trabajo SHCP-BANXICO-INEGI, "Comercio Exterior de México".
a partir de 1991, las senes de exportación e importación incluyen los flujos brutos de los productos e
os que participan en el proceso de maquila. Por lo tanto las nuevas cifras no son comparables con las
se publicaban anteriormente. Debido al redondeo la suma de los parciales puede no coincidir con el
Si requiere mayor información consultar la publicación de estadísticas económicas sobre: "Balanza
Comercial de México".

	Unidades	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 p/	1997 p/
P.I.B. Nacional a Precios de 1993	Millones de Pesos	n.d.	n.d.	958 230	998 459	1.049.064	1.093 358	1 133.032	1 155 132	1 206.135	1 131.753	1.190.345	1 384 824
PIB de la Rama 63 (Restaurantes y Hoteles) a precios de 1993	Millones de Pesos	n d.	n d	39.573	43 319	47 877	55.074	62.228	64 601	69 954	59.954	58 610	66 472
Personal Ocupado a Nivel Nacional (Base 1993)	Miles de Puestos Remunera	n.d.	n d	24 070	24 764	25.958	26.724	27.160	27 467	28 166	27.347	28 282	29 248
Empleos Directos en la Rama 63 (Restautantes y Hoteles)	Miles de Puestos Remunera	n d	n d	1.110	1 217	1 369	1 513	1.583	1 618	1 717	1.689	1 637	1 722
						VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO							
NUMERO DE PERSONAS													
Visitantes Internacionales a México	Miles	67.491,0	68 320,2	71 630,1	74 001,1	82 099,7	80.138,7	84.060,3	83 016,0	82 944,0	85.446,0	90 403,7	92 915,0
Turistas Internacionales	Miles	12.258,0	14 361,2	14.140,1	14.964,1	17 171,7	16.066,7	17 146,3	16 440,0	17.182,0	20.241,0	21 404,7	19 351,0
Excursionistas Internacionales	Miles	55.233,0	53 959,0	57.490,0	59 037,0	64 928,0	64 072,0	66 914,0	66.576,0	65 762,0	65 205,0	68 999,0	73 564,0
GASTO													
Visitantes Internacionales a México	Millones de Dolares	3.025,7	3 545,4	4 048,1	4 821,8	5 526,4	5 959,0	6.084,8	6 167,0	6 363,0	6.179,5	6.934,4	7.593,7
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	2 116,7	2 593,4	2 902,2	3 387,5	3.933,8	4 339,3	4 471,1	4 564,1	4.854,0	4 689,5	5 288,9	5 747,9
Excursionistas Internacionales	Millones de Dolares	909,0	952,0	1.145,9	1 434,3	1 592,6	1 619,7	1 613,7	1.602,9	1.509,0	1.490,0	1 645,5	1 845,8
						VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR							
NUMERO DE PERSONAS													
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Miles	79 093,5	76.906,7	81.072,2	85 715,9	98 851,2	100.024,9	114 035,0	115.178,8	114 097,0	103 160,0	103.441,8	107.242,5
Turistas Internacionales	Miles	6.389,5	5.264,7	7 965,2	7 316,9	7 357,2	7.712,9	11.226,0	10.184,8	12 029,0	8.450,0	9 000,8	8 910,5
Excursionistas Internacionales	Miles	72.704,0	71.642,0	73.107,0	78.399,0	91.494,0	92 312,0	102 809,0	104 994,0	102 068,0	94 710,0	94.441,0	98 332,0
GASTO													
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Millones de Dólares	2.177,2	2 365,2	3.200,8	4 247,4	5 518,7	5.812,4	6 107,4	5 561,8	5.338,0	3.170,7	3 387,2	3 892,0
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	787,2	888,2	1 322,8	1 749,8	2 171,5	2 149,5	2 541,6	2 416,6	2.445,0	1.240,4	1 536,4	1 821,3
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1 390,0	1.477,0	1.878,0	2.497,6	3 347,2	3 662,9	3 565,8	3 145,2	2 893,0	1.930,4	1 850,8	2 070,7
						SALDO EN LA BALANZA TURÍSTICA							
Visitantes Internacionales	Millones de Dólares	848,5	1.180,2	847,3	574,4	7,7	146,6	(22,6)	605,2	1 025,0	3 008,8	3 547,2	3 701,7
Oferta Hotelera	Establecimientos	6 822	7 507	7 600	7 721	7.984	8 239	8 488	8 753	8 744	8.820	9 050	9 184
	Cuartos	305 543	306.567	310.470	321 765	333.547	345.159	355.189	366 423	363 579	370.298	381.522	382 364
Porcentaje de Ocupación Hotelera	Porcentaje	54,8	57,4	54,1	53,9	54,1	53,9	52,9	51,3	50,4	51,2	53,5	56,5
(Centros Seleccionados)													
Llegada de Vuelos a los Aeropuertos del País	Vuelos	190 753	188 173	155 340	180 987	222 992	268 231	351 953	431.570	461 562	434.680	434 893	449 020
Nacionales	Vuelos	150.739	142.456	111 463	127 555	155 515	198 024	276 741	335 017	359 391	338 069	326.430	337 520
Internacionales	Vuelos	37 304	42 076	39 462	47 501	60 393	64.180	65 294	76 401	78 155	72.977	81.015	65 679
Charters	Vuelos	2.710	3 641	4 415	5 931	7 084	6.027	9 918	20 152	24 016	23 634	27 448	25 821
Llegada de Pasajeros a los Aeropuertos del País	Pasajeros	14 630 599	14 334 888	13 061 910	15.135 876	16 985.185	18 437 049	21 253 097	22 921 131	26.375 286	22.526.191	23 032 273	25 196 307
Nacionales	Pasajeros	11.199.748	10 159.790	8 821 574	10.560 916	11 482 532	12 780 351	15.508 403	15 982 371	18 921 794	15.234.856	14 782 901	16 116 561
Internacionales	Pasajeros	3 044 595	3 634 189	3 695 958	3 914 769	4.819 502	5 075 046	5 140 094	5 298 430	5 325.475	5 252.742	6.091 641	6 856 667
Charters	Pasajeros	386.256	540.909	544 378	660 191	683 151	581.652	604.600	1 640 330	2 128 017	2.038 593	2 157.731	2 223 079
Vuelos Directos a Aeropuertos Selecionados	Vuelos	192 195	178 808	152 141	179 262	208.971	243 231	326 424	356 055	431 350	417.738	396 963	398 747
Nacionales	Vuelos	157.831	141 365	113.191	134.495	157 279	187 562	261 011	288 666	351 690	346 688	319 278	321 290
Internacionales	Vuelos	34 364	37 443	38 950	44 767	51 692	55 669	65 413	66 389	79 660	71 050	77 685	77 457
Asientos Disponibles en Vuelos Directos	Asientos	27 755.569	30 165 835	21 552 128	25 286 331	29 136 236	32 652 673	43 437 001	39 885 901	46 439 455	43 170 061	41.533 365	41 426 399
Nacionales	Asientos	21 865 878	24 001 577	15 459 704	18 266 188	21 155 728	24 337 584	30 916 900	30 489 788	36 157.388	33 888 544	31.234 111	30 743 509
Internacionales	Asientos	5 889.691	6 164 258	6 092 424	7 020 143	7 980 508	8 315.089	12 520 101	9 396 113	10 282 067	9.281 517	10 299 254	10 682 890
Pasajeros en Crucero	Pasajeros	1 080 842	1 030 214	1 165 290	1 258 198	1 248 291	1 642 015	1 919 708	1 913 697	1 966 942	2.311 766	2 079 643	2 298 990
Arribos	Arribos	1 250	1 326	1 679	1 640	1.454	2 006	2 051	2 052	1 993	1 896	1.969	2 094
						TURISMO MUNDIAL							
Captación de Turistas en el Mundo	Miles de Turistas	340 571	362 295	395 024	426 636	458 331	463 347	503 148	517 973	544 524	564 025	596.076	613 078
Captacion de Ingresos por Turismo en el Mundo	Millones de Dolares	142.074	174 609	202 556	219 477	266 207	272 684	310 785	317 790	351 179	398.898	435 789	447 710

p/ Preliminar

n d No disponible

Fuentes Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Dirección General de Marina Mercante Direccion General de Puertos, Secretaria de Comunicaciones y Transporte
Banco de Mexico, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informatica; Official Airline Guide Secretaria de Turismo

	Unidades	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997 p/
BALANZA DE PAGOS NACIONAL Y DE VISITANTES INTERNACIONALES													
INGRESOS													
Ingresos en Cuenta Corriente	Millones de Dólares	29 927,9	37 388,4	42 095,8	48 103,4	56 070,8	57 841,5	61 668,9	67 752,1	78 371,8	97 029,3	115 493,5	131 534 6
Excluyendo Exportaciones de Petróleo Crudo	Millones de Dólares	24 347,9	29 491,4	36 212,8	40 811,4	47 149,8	50 576,7	54 249,4	61 266,8	71.747,7	89.609,7	104 788,2	121 201,0
Visitantes Internacionales a México	Millones de Dólares	3 025,7	3 545,4	4 048,1	4 821,8	5 526,4	5 959,0	6.084,8	6 167,0	6 363,0	6 179,5	6.934,4	7 593,7
Turistas Internacionales		2.116,7	2.593,4	2.902,2	3 387,5	3 933,8	4 339,3	4.471,1	4 564,1	4.654,0	4.889,5	5 288,9	5,747,9
Turismo Receptivo	Millones de Dólares	1 791,7	2.274,4	2 544,3	2 954,0	3 400,9	3 783,7	3 867,8	4 019 3	4 254,0	4.052,9	4.648,4	5.302,6
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	325,0	319,0	357,9	433,5	532,9	555,6	603,3	544,8	600,0	636,6	640,5	445,3
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	909,0	952,0	1,145,9	1,434,3	1 592,6	1 619,7	1 613,7	1 602,9	1 509 0	1 490,0	1.645,5	1 845,8
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	871,0	912,0	1 098,0	1 378 7	1 533,2	1 543,4	1 525,6	1 514 4	1 424,0	1.382,7	1.532,3	1.722,8
Pasajeros en Crucero	Millones de Dólares	38,0	40,0	47,9	55,6	59,4	76,3	88,1	88,5	85,0	107,4	113,2	123,0
EGRESOS													
Egresos en Cuenta Corriente	Millones de Dólares	31 301,3	33.129,4	44.471,4	53.924,6	63 521,8	72 734,0	86 107,4	91.151,3	108 033,7	98.806,0	117.415,7	138 983,1
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Millones de Dólares	2 177,2	2.365,2	3 200,8	4.247,4	5 518,7	5 812,4	6 107,4	5.561,8	5 338,0	3.170,7	3.387,2	3.892,0
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	787,2	888,2	1 322,8	1.749,8	2 171,5	2 149,5	2 541,6	2.416,6	2.445,0	1 240,4	1 536,4	1 821,3
Turismo Egresivo	Millones de Dólares	620,2	784,2	1 104,8	1 544,8	1 936,5	1 878,5	2 079,4	2 071,9	1.950,0	1.023,2	1.320,1	1.593,2
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	167,0	104,0	218,0	205,0	235,0	271,0	462,2	344,7	495,0	217,1	216,3	228,0
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1 390,0	1.477,0	1 878,0	2 497,6	3 347,2	3 662,9	3 565,8	3.145,2	2 893,0	1.930,4	1 850,8	2 070,7
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1.390,0	1 477,0	1 878,0	2 497,6	3 347,2	3 662,9	3 565,8	3.145,2	2.893,0	1.930,4	1.850,8	2.070,7
BALANZA DE PAGOS													
Balanza en Cuenta Corriente	Millones de Dólares	-1.373,4	4.239,0	-2 375,6	-5 821,2	-7 451,0	-14 892,5	-24 438,5	-23.399,2	-29.661,9	-1.576,7	-1.922,2	-7.448,3
Excluyendo Exportaciones de Petróleo Crudo	Millones de Dólares	-6 953,4	-3 638,0	-8 258,6	-13.113,2	-16 372,0	-22 157,3	-31.658,0	-29.884,5	-36 286,0	-8 996,3	-12 627,5	-17.782,1
Visitantes Internacionales	Millones de Dólares	848,5	1 180,2	847,3	574,4	7,7	146,6	(22,6)	605,2	1 025,0	3 008,8	3 547,2	3 701,7
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	1 329,5	1.705,2	1 579,4	1 637,7	1 762,3	2 189,8	1.929,5	2.147,5	2 409,0	3.449,1	3.752,5	3.926,7
Turismo Receptivo - Egresivo	Millones de Dólares	1.171,5	1.490,2	1.439,5	1.409,2	1.464,4	1.905,2	1.788,4	1 947,4	2 304,0	3 029,7	3 328,3	3.709,4
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	158,0	215,0	139,9	228,5	297,9	284,6	141,1	200,1	105,0	419,4	424,1	217,3
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	(481,0)	(525,0)	(732,1)	(1.063,3)	(1.754,6)	(2 043,2)	(1.952,1)	(1 542,3)	(1 384,0)	(440,3)	(205,2)	(224,9)
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	(519,0)	(565,0)	(780,0)	(1 118,9)	(1 814,0)	(2 119,5)	(2.040,2)	(1.630,8)	(1.469,0)	(547,7)	(318,5)	(347,9)
Pasajeros en Crucero	Millones de Dólares	38,0	40,0	47,9	55,6	59,4	76,3	88,1	88,5	85,0	107,4	113,2	123,0
PRODUCTO INTERNO BRUTO (A precios de 1993)													
P.I.B. Nacional	Millones de Pesos	n.d.	n.d	958.229,8	998 458,8	1.049 063,8	1.093 357,9	1.133.032,1	1.155.132,2	1 206.135,0	1.131.752,8	1 190.344,6	1 364.824,5
P.I.B. de la Rama 63 (Restaurantes y Hoteles)	Millones de Pesos	n.d.	n.d.	39 572,8	43 319,3	47.876,6	55 074,3	62 228,0	64 600,7	69.954,4	59.953,7	58.610,4	66 471,6
Restaurantes	Millones de Pesos	n.d.	n.d	25 606,7	28 674,3	32 994,7	39 451,5	46 351,9	48 836,5	53 494,9	44 550,3	41 153,0	46.672,7
Hoteles	Millones de Pesos	n.d	n.d	13.966,1	14.645,0	14 881,9	15 622,9	15 876,0	15 762,1	16.459,5	15.403,5	17.457,4	19 798,9
PERSONAL OCUPADO (Base 1993)													
Personal Ocupado a Nivel Nacional	Miles de Puestos Remunerados	n.d.	n.d.	24 070	24 784	25 958	26 724	27 160	27.467	28.186	27 347	28 282	29 248
En la Rama 63 (Restaurantes y Hoteles)	Miles de Puestos Remunerados	n.d.	n.d	3 885	4 260	4 793	5 296	5.541	5 662	6 010	5.911	5.730	6.028
Directos	Miles de Puestos Remunerados	n.d	n.d.	1.110	1 217	1 369	1 513	1 683	1 616	1 717	1 689	1 637	1.722
Indirectos 5/	Miles de Puestos Remunerados	n.d.	n.d	2.775	3 043	3 424	3.783	3 958	4 044	4 293	4.222	4 093	4 305
INVERSIÓN EXTRANJERA 1/													
En todos los sectores más Mercado de Valores													
Inversión Extranjera 2/	Millones de Dólares	1.905,7	2.873,2	4.156,9	2 357,7	5.098,4	9 986 2	18.857,6	23.103,4	4.083,9	494,8	3 157,9	3 215,2
Inversión Extranjera Directa	Millones de Dólares	2 424,2	3 877,2	3 157,1	2 499,7	3 722,4	3 565,0	3 599,6	4 900,7	14 732,8	9 327,5	8.644,6	10 015,0
En el Sector Turismo (Total) 3/	Millones de Dólares	n.d.	n.d	n.d	397,8	1.137,5	850,3	217,0	694,2	1 010,2	319,6	194,8	564,4
Vía RNIE y CNIE	Millones de Dólares	n.d	n.d.	n.d	370,9	1 119,0	820,0	196,7	432,9	987,6	284,0	147,6	557,8
Vía Fideicomisos	Millones de Dólares	n.d.	n.d	n.d	26 9	18,4	30 3	20,3	261,3	22,6	35,6	47,2	6,8

p/ Preliminar. n.d No disponible

e1/ Estimación realizada por INEGI.

e/ Estimación realizada por la Dirección General de Política Turística

1/ No considera la inversión en el mercado accionario.

2/ A partir de 1995, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y el Banco de México modificaron la metodología para obtener cifras sobre la Inversión Extranjera Directa realizada, razón por la cual no es posible establecer comparación con años anteriores. La SECOFI hasta el momento ha homogenizado la inversión para el año de 1994 para tener un año más de referencia Los resultados recientes pueden modificarse posteriormente, debido al rezago con que se reporta.

3/ Se consideran 35 clases de activad vinculadas al sector turismo, de acuerdo a la Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAP)

4/ Información de acuerdo a los reportes trimestrales proporcionados por el INEGI, lo cual no coincide con el reporte anual

5/ Estimado con base en el factor de 2 5 por empleo directo

Fuentes Banco de México; Instituto Nacional de Estadística, Geografía y Informática; Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

ANEXO Nº. 8
SECRETARÍA DE TURISMO
FINANCIAMIENTO DEL BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (MONTO EJERCIDO)
(MILES DE DÓLARES)

Estados	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995 p/	1996 p/	1997 1/
Total	94.176	187.589	195.346	254 436	704.205	821 955	532 941	798 794,0	n.d
Aguascalientes	0	0	5.000	6 483	1.231	2 024	0	0	
Baja California	0	23 184	19.045	7.970	68 273	56 083	43 910	65 589	
Baja California Sur	7 475	14 765	20 983	21 630	30 401	56 535	16 361	7 317	
Campeche	0	0	0	0	3 353	1 808	250	0	
Coahuila	0	0	0	0	885	409	0	0	
Colima	0	0	0	849	0	2 203	65 165	1 992	
Chiapas	0	0	0	0	8 096	5 507	0	0	
Chihuahua	0	2 998	3.967	2 469	13 220	12 913	2 223	652	
Distrito Federal	0	6 883	52 419	79 204	193 694	116.730	55 301	300 233	
Durango	0	0	0	0	0	0	0	0	
Guanajuato	0	0	520	10 482	116	12 753	0	0	
Guerrero	2 842	7 379	2 806	19 631	32 477	90.557	9 729	41 763	
Hidalgo	0	0	0	0	1.469	4 254	0	0	
Jalisco	17 818	25.167	23.997	13 890	46 318	131 740	280 380	296 782	
México	0	0	0	10 905	2 452	10.879	0	1 578	
Michoacán	0	0	0	0	0	0	0	5 561	
Morelos	0	0	0	0	18 529	12 185	1 500	9 567	
Nayarit	0	1 000	0	0	20 352	0	625	0	
Nuevo León	0	0	6 884	0	13 652	19 293	3.953	860	
Oaxaca	0	1 657	224	0	14.069	6 750	916	2 704	
Puebla	0	0	0	0	5.297	0	0	500	
Querétaro	0	0	0	0	900	5.137	302	0	
Quintana Roo	66.041	92.850	46 399	48 090	101 340	142.329	22 438	54 100	
San Luis Potosí	0	0	0	7 845	648	4 463	204	1 000	
Sinaloa	0	227	2.622	3.762	36 364	49 248	9 868	4 330	
Sonora	0	1 800	8 088	8 346	20.477	27 430	5 250	1 470	
Tabasco	0	0	0	0	10.920	1.190	0	0	
Tamaulipas	0	0	0	829	3 317	1.631	0	192	
Tlaxcala	0	0	0	0	0	0	0	0	
Veracruz	0	0	0	3.797	25 152	21.957	8.343	600	
Yucatán	0	7 479	2.392	8 254	31 203	20 491	4.710	2 004	
Zacatecas	0	2 200	0	0	0	5 456	1 513	0	

p/ Preliminar. n d. No disponible

1/ Para el año de 1997, la fuente no proporcionó la información a tiempo

NOTA. Los recursos de Bancomext son un importante fuente de fondeo para el Fondo Nacional de Fomento al Turismo

Fuente: Banco Nacional de Comercio Exterior.

Estados	1994		1995		1996		1997 p/			
	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares
Total										
Monto Aprobado	227.034	2 500	181 285	25 201	159 389	12 494	41 480	41 049	9 988	75 492
Inversión Generada	630.082	6.042	443.764	64 680	242 770	44 121	9 217	79 904	-	45 794
Unidades Nuevas	1.706	-	629	55	425	262	29	679		390
Unidades Remodeladas	490	312	373	16	210	195	75	417	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	1 535	250	577	-	241	1 315
Número de Operaciones	30	1	29	12	18	7	17	8	2	16
Aguascalientes										
Monto Aprobado	10 000	-	1.500	-	29 759	-	-	-	-	-
Inversión Generada	19.746	-	22 071	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	110	-	28	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	294	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-
Baja California										
Monto Aprobado	620	-	-	-	-	3 000	-	-	-	-
Inversión Generada	620	-	-	-	-	26 767	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	262	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Baja California Sur										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Campeche										
Monto Aprobado	-	-	8.524	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	17.261	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	80	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Coahuila										
Monto Aprobado	2 500	-	2.800	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	11.368	-	30.471	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	57	-	143	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Colima										
Monto Aprobado	-	-	-	-	498	-	350	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	10 941	-	2 127	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	50	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-

Estados	1993		1994		1995		1996		1997 p/	
	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares
Chiapas										
Monto Aprobado	57.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	160 429	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	432	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero de Operaciones	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chihuahua										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	600	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Distrito Federal										
Monto Aprobado	20 726	-	82 505	-	24.714	-	22.047	16.500	2.000	37 000
Inversión Generada	86 045	-	217.696	-	72 313	-	-	35 853	-	44 234
Unidades Nuevas	137	-	313	-	155	-	-	383	-	390
Unidades Remodeladas	186	-	89	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	248	-	155	-	100	383
Número de Operaciones	5	-	12	-	4	-	2	2	1	4
Durango										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guanajuato										
Monto Aprobado	8.000	-	4.000	-	28 033	-	-	-	7 988	-
Inversión Generada	23 434	-	5.732	-	32 380	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	100	-	-	-	140	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	141	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	317	-	-	-	141	-
Número de Operaciones	1	-	1	-	3	-	-	-	1	-
Guerrero										
Monto Aprobado	7.500	-	300	12.429	47.889	5.559	8 446	356	-	2.053
Inversión Generada	9.425	-	300	33 385	-	10.677	1.347	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	16	-	195	71	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	357	250	320	-	-	150
Número de Operaciones	1	-	1	8	2	4	3	1	-	1
Hidalgo										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	4.075	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	1 000	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	4	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-

Estados	1994		1995		1996		1997 p/			
	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares
Jalisco										
Monto Aprobado	25.269	-	1.880	-	8.882	-	984	-	-	2 542
Inversión Generada	56 112	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	248	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	63	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	110	-	-	-	-	501
Número de Operaciones	2	-	1	-	1	-	1	-	-	3
México										
Monto Aprobado	20.500	-	4.000	-	640	-	-	-	-	-
Inversión Generada	83 810	-	27 823	-	86.011	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	132	-	31	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	156	-	-	-	210	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	2	-	1	-	1	-	-	-	-	-
Michoacán										
Monto Aprobado	-	-	5 300	-	-	-	-	6 693	-	1.857
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	10.299	-	1.560
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	220	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	1	-	-	-	-	3	-	2
Morelos										
Monto Aprobado	18.000	-	22.100	-	-	-	150	-	-	-
Inversión Generada	31 568	-	90.662	-	-	-	258	-	-	-
Unidades Nuevas	137	-	137	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	1	-	2	-	-	-	1	-	-	-
Nayarit										
Monto Aprobado	634	-	5 000	889	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	932	-	5.000	1.854	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	6	-	-	32	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	3	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Nuevo León										
Monto Aprobado	-	-	30 000	5.882	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	29 441	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	23	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Oaxaca										
Monto Aprobado	5.000	-	4.366	6 000	-	-	1.000	-	-	31 540
Inversión Generada	5.000	-	12 346	-	-	-	1 329	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	40	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	280
Número de Operaciones	1	-	2	2	-	-	1	-	-	5

Estados	1993		1994		1995		1996		1997 p/	
	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares
Puebla										
Monto Aprobado	34.500	-	7.110	-	9.642	-	75	500	-	-
Inversión Generada	84.110	-	13 567	-	41 125	-	138	630	-	-
Unidades Nuevas	221	-	-	-	80	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	197	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	2	-	1	-	2	-	1	1	-	-
Querétaro										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quintana Roo										
Monto Aprobado	-	2 500	400	-	-	-	1.500	17 000	-	-
Inversión Generada	-	6.042	835	-	-	-	-	33 122	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	296	-	-
Unidades Remodeladas	-	312	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-
San Luis Potosí										
Monto Aprobado	1.450	-	-	-	-	-	2 215	-	-	-
Inversión Generada	3 038	-	-	-	-	-	285	-	-	-
Unidades Nuevas	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	102	-	-	-
Número de Operaciones	1	-	-	-	-	-	2	-	-	-
Sinaloa										
Monto Aprobado	450	-	-	-	-	3.335	-	-	-	-
Inversión Generada	3.147	-	-	-	-	6.677	-	-	-	-
Unidades Nuevas	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	14	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Sonora										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tabasco										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Estados	1993		1994		1995		1996		1997 p/	
	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares	Miles de Pesos	Miles de Dólares
Tamaulipas										
Monto Aprobado	3.750	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	23 882	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	32	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tlaxcala										
Monto Aprobado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Veracruz										
Monto Aprobado	11.135	-	-	-	7 742	-	637	-	-	-
Inversión Generada	27.418	-	-	-	-	-	2 733	-	-	-
Unidades Nuevas	120	-	-	-	-	-	20	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	120	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	2	-	-	-	1	-	2	-	-	-
Yucatán										
Monto Aprobado	-	-	-	-	1 590	-	-	-	-	500
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	89	-	-	-	-	1
Número de Operaciones	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Zacatecas										
Monto Aprobado	-	-	1.500	-	-	-	-	-	-	-
Inversión Generada	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Nuevas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Remodeladas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Unidades Rehabilitadas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Número de Operaciones	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-

p/ Preliminar.

Fuente: Fondo Nacional de Fomento al Turismo

BIBLIOGRAFIA

BAENA Paz, Guillermina, Manual para Elaborar Trabajos de Investigación Documental, 2ª edición, México, Edits. Mexicanos Unidos, S.A., 1982, 124 Pags.

BASSOLS Batalla, Ángel. Geografía Económica del México: Teoría Fenómenos Generales, Análisis Regional, 3ª. Edición, México, Edit. Trillas, 1976, 440 Pags.

BOTE Gómez, Venancio. Planificación Económica del Turismo: De una Estrategia Masiva a una Artesanal, 2ª. Edición, México, Edit. Trillas, 1981 (Reimps. 1977), 373 Pags.

CÁRDENAS Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos: Localización e Inversión, 2ª. Edición, México, Edit. Trillas, 1991 (Reimp 1994), 75 pags.

CÁRDENAS Tabares, Fabio. Comercialización del Turismo: Determinación y Análisis de Mercado, 2ª. Edición, México, Edit. Trillas, 1981 (Reimp. 1982), 117 pags.

CONSEJO NACIONAL DE TURISMO. ¿Qué es el Turismo? 2ª edición, México, el consejo, 1976, 145 pags.

DICCIONARIO KAPELUSZ. De la lengua Española, 3ª Edición, 1990, 1517 Pags Ed. KAPELUSZ. 1517 Pags.

DICCIONARIO PLANETA. De la lengua Española Usual. 3ª edición, 1990, España, edit. Gráficas Ramón Sopena S.A 135 Pags.

DRISCOLL de Alvarado, Barbara y Gambril Mónica C. El tratado de Libre Comercio: Entre el viejo y el Nuevo Orden. 1ª Edición, México, UNAM-CISEUA, 1992, 283 Pags.

MOLINA E., Sergio y Rodríguez Abitia, Sergio, Planificación Integral del Turismo: Un enfoque para Latinoamérica, 2ª edición, México, Edit. Trillas, 1987, 101 Pags.

PARDINAS, Felipe. Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Vigésimo Cuarta Edición, México, Edit. Siglo XXI, 1981, 211 Pags.

PODER EJECUTIVO FEDERAL. Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995-2000, Talleres Gráficos de México, 1996, 59 Pags.

PODER EJECUTIVO FEDERAL. Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, Talleres Gráficos de México, 1996, 177 Pags.

PEREZ Avila, Noé. Como hacer mi Tesis, México, edit. Edicol, 1978, 157 Pags.

ROMERO, Héctor Manuel. El Turismo en México: Sus Tiempos Históricos, sus Espacios Políticos, SECTUR, México, La Secretaria, 1991 (Academia Nacional de Historia y geografía) (Patrocinada por la UNAM) (Trabajo recepcional) 34 Pags.

SECRETARIA DE TURISMO. Guía Oficial de Hospedaje de México 1994 1995: México´s Lodging Official Guide, 1ª Edición, México, Edit. Noriega, 1994, 680 Pags.

SECRETARIA DE TURISMO. Compendio Estadístico del Turismo en México, la Secretaria, I998, 931 Pags.

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL. Tratado DE Libre Comercio de América del Norte Vols. I, II y III. HTTP//WWW.SECOFI-SSNCI. GOB. MX/TRATADO/TLCAN/INDCAP.HTN/; La secretaria, 1999, 621 Pags.

TORRES Gaytan, Ricardo. Teoría del comercio Internacional. 8ª edición, México Edit. Siglo XXI, 1979, 467 Pags.

TORRUCO Marques, Miguel. Historia Institucional del Turismo en México 1926-1988, 1ª Edición, Asociación Nacional de Egresados de Turismo A.C., 1988, 242 Pags.

VALDEZ Becerra, Rafael y García Falcón Arturo. Transporte Aéreo y Transporte Terrestre Turístico Vol. I, 1ª Edición, México Edit. Limusa, 1986, 518 Pags.

LEY FEDERAL DE TURISMO. 10ª edición, México, Edit. Porrua, 1997, 211 Pags.

SELDON, Arthur y Pennance F.G. Diccionario de Economía, 1ª Edición en lengua castellana 1968, 2ª edición 1975, España, edit Oikos-Tau., S.A., 1975, 554 Pags.

SARMIENTO Tlaque, Florencio. Relación del Tratado del Libre Comercio entre Canada-Estados Unidos-México y la aplicación de la cláusula de la Nación más favorecida, Tesis Profesional, Universidad Autónoma de Puebla, 1991, 208 Pags.

ARGADOÑA Rámiz Antonio. La Balanza de Pagos. Enciclopedia Practica de Economía, Fascículo No. 46 Edit. Orbis, Barcelona España, 1985, Pags 1-20.

ALTO NIVEL. Turismo, Recursos Existentes y de Sobra... Al grado tal que nos podrían sobrar divisas. Anual, México, 1997, 186 Pags.

ALIANZA PARA EL TURISMO. Políticas Sectoriales y Acciones Concurrentes en la promoción turística. Poder Ejecutivo Federal, SECTUR, México, 1995, 53 Pags.

BARRAGAN Salatiel. "La Vastedad y la Hondura", Escala, junio de 1998. México, Aeroméxico, Pags. 26-36.

BERNARDO Ramírez, Juan. Los Casinos en el Desarrollo Turístico. Dinámica Comercial, Mensual, Noviembre de 1996, Pags. 19-22.

CONTENIDO. Visitas al México de las Maravillas, Suplemento anual 1997, México, 114 Pags.

DE LA FUENTE y Fernández de Ullivarri, Fernando. La Actividad Económica en su Conjunto. Enciclopedia Practica de Economía Fascículo No. 16, Edit Orbis, Barcelona España, 1983, Pags. 1-20.

D' PASEO.Viajes, Cultura, Arte, Diversión. En la II Reunión del Comité especial de Turismo: Acuerdo de la Asociación de estados del Caribe, Por las Altas Montañas de México, Bimestral, Neyra Jáuregui Jorge, Edit. R.G. y Asociados, S.A. de C. V., México 36 Pags.

ENLACE. Mundo Maya, Análisis Turístico, Trimestral No. 3, febrero, México, 1993, pàgs 21-23.

EL ABC DEL TLC. Tratado DE Libre Comercio entre México, Canada y Estados Unidos, Carlos Salinas de Gortari, Secofi, México, 24 Pags.

EXPRESSIONS. Cruceros Visitando el Caribe en un Palacio Flotante, verano de 1998 Vol. I, No. I, Inclán Hilda, México, Pags. 18-24.

ESTADISTICA DE LA ACTIVIDAD TURISTICA. Indicadores de la Actividad Turística en México 1997. Copyright Sectur 1998. Internet 18 pags.

FONATUR. El Turismo de cruceros Marítimos, el Fondo, 1985, México 58 Pags

INFORME ANUAL DE PROGRAMAS Y ACCIONES DE LA SECTUR 1996-1997, La Secretaria, 1997, México, 124 pags.

GIL Federico "EL traje de Charro". Escala, Noviembre de 1998 México, Aeromexico, pags 110-122.

GRANEL Trias, Francisco. Los problemas de las balanzas de pagos. Enciclopedia Practica de Economía, fascículo No. 8, Edti, Orbis Barcelona España, 1985, pags 141-160.

-ICEA de Arenas, Judith. Las Notas de Pie de Pagina. Serie folletos, No. 8, Casa abierta al tiempo. Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, 1980, 11 Pags.

-ICEA de Arenas, Judith. Las citas. Serie folletos, No. 9, Casa Abierta al Tiempo, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México, 1980, 10 Pags.

MARTINEZ Cortina, Rafael. Geografía, Política y Economía: Conflicto y Cooperación, Enciclopedia Practica de Economía, Fascículo No. 60 Editorial Orbis, Barcelona España, 1985, Pags. 281-300

MUNDO CELULAR. México en todo su esplendor· Los Cruceros. Buscando el barco Perfecto. Barragán Salatiel y Budd Jim, Mensual, Noviembre 1997, Iusacell, 96 Pgs.

MUNDO MAYA. Descubra la Tierra de los Antiguos Mayas, Revista Oficial de la Comisión Empresarial Mundo Maya, Edit. Creativo Vera S.A. de C. V., Vol. I No. 2, invierno - Primavera 1992-1993, México, 178 Pags.

MOLINA Requena, María Josefa, Integración Económica, Enciclopedia practica de Economía, Fascículo No. 54 Edit. Orbis, Barcelona España, 1985, Pags. 161-180.

IONOTZA. Artes Manuales e Industrias Tradicionales de México, trimestral, 1987, IBM de México, 32 Pags.

PLAN VCC. Vacaciones en las Ciudades coloniales, SECTUR, 1994, Fondo Mixto de Ciudades Coloniales, México, 72 Pags.

PAPSON, Stephen. Algunas Consideraciones sobre el impacto Económico y Sociológico del Turismo, The Futurist. Artículos publicado en 1979 por St. Laurence University de New York E. E. U.U. 49 pags.

PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO TURISTICO. Cuarto Curso regional, Hernádez Díaz Edgar A., OEA- CICATUR, México, 1978, 142 Pags.

READERS DIGEST, Selecciones. México: Paraíso Turístico Desaprovechado, Jaime de Nader María Guadalupe, Mensual, Noviembre de 1997, México, 53- 58 Pags.

RODRIGUEZ Woog Manuel. "México: el Megaproyecto". Capital Mercados financieros, Diciembre de 1989, México, 32-45 Pags.

REUNIÓN NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN TURISTICA INTERNACIONAL. Informe, SECTUR, México, agosto de 1993, 71 Pags.

SOCIEDADES DE INVERSIÓN DE CAPITALES. SINCAS, Informe, S.H.C.P. agosto DE 1996, 21 PAGS.

SECRETARIA DE TURISMO. Modernización del Empleo Turístico en México, Cuaderno No. 9, Unidad de Política turística, abril de 1994, México, 18 Pags.

SCHWEITZER Pierre, Paul. El turismo y la Balanza de Pagos, (International Union of official Travel Organisations), Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, Waschington, D.C., E.E.U.U. 1973, 58 Pags.

TORRES Bernier, Enrique. El turismo y el fomento a la exportación. Enciclopedia Practica de Economía, Fascículo No. 50, Edit. Orbis, Barcelona España, 1985, Pags. 81-93

VANIDADES DE MÉXICO. El Encanto de los cruceros, Catorcenal, Edit. América, S.A., 1999, 128 Pags.

EL UNIVERSAL. Turismo y Desarrollo, Ealy Ortiz Juan Francisco, Mensual, México, Junio de 1998, 38 Pags.

REFORMA. Evaluarán TLC, El Impacto del Tratado en México, Nuñez Ernesto, Diario, 15 de febrero de 1999